

## Curriculum CAS AI-CEM 2025.2 - vorbehaltlich Änderungen!

Modul 1: AI-driven Customer Experience Management									
Segment	ID	Tag	Datum	von	bis	L	Raum*	Titel	Dozierende
Einführung in das Evidenz-basierte CX Management	1	Freitag	05.09.25	08.15	12.30	5	tba	Willkommen in der Erlebnis-Ökonomie: CX-Maturität verstehen und einschätzen	Dr. Wolfgang Schäfer
	2	Freitag	05.09.25	13.30	17.45	5	tba	Intro - Ganzheitliche Ansätze und Best Practices im AI-basierten CEM	Dr. Ana Kotarcic
	3	Samstag	06.09.25	08.15	12.30	5	online	Schneller, kompetenter, kreativer: kundenorientierte Ausgestaltung von Strukturen und Prozesse	Raphael Furrer
Experiencescapes	4	Freitag	12.09.25	08.15	12.30	5	tba	Collaboration / Co-Creation: durch Netzwerkeffekte und Co-Creation Wert generieren	Jan Biller
	5	Freitag	12.09.25	08.15	12.30	5	tba	Employee Experience: Wie zufriedene Mitarbeiter:innen für eine bessere CX sorgen	Prof. Dr. Frank Hannich
CX Implementierung	6	Samstag	13.09.25	08.15	12.30	5	online	Experience Ecosystems: Geschäftsmodelle in der Experience Economy	Eric Horster
	7	Donnerstag	18.09.25	08.15	12.30	5	tba	Das digitale Kundenerlebnis: Big Data, UX & AR im CEM	Patrick Glauser
	8	Freitag	19.09.25	08.15	12.30	5	Exkursion	Exkursion Europa Park	Dr. Wolfgang Schäfer
	9	Freitag	19.09.25	13.30	17.45	5	Exkursion	Exkursion Europa Park	Dr. Wolfgang Schäfer
CX Konsolidierung	10	Freitag	26.09.25	08.15	12.30	5	tba	AI Analytics - Prozesse und Pipelines	Dr. Ana Kotarcic
	11	Freitag	26.09.25	13.30	17.45	5	tba	Leistungsnachweis für Modul 1: Einzelarbeiten; Abgabe: 24.09.2025	Dr. Wolfgang Schäfer, Remo Bebi Gut
	12	Samstag	27.09.25	08.15	12.30	5	online	Gast-Beitrag: Status Quo	tbd

60

Modul 2: AI-driven Customer Experience Design									
Segment	ID	Tag	Datum	von	bis	L	Raum*	Titel	Dozierende
CX Konzeptualisierung	13	Freitag	24.10.25	08.15	12.30	0	tba	CX Landscape DACH	Cyrill Luchsinger
	14	Freitag	24.10.25	13.30	17.45	5	tba	Kundenzentrierung mit Jobs-to-be-done - Persona	Andreas von Criegem
	15	Samstag	25.10.25	08.15	12.30	5	online	CX Strategie	Jennifer Bagehom, Nina Weschenfelder
	16	Freitag	31.10.25	08.15	12.30	5	ServiceLab & tba	CX Storytelling für Customer Journeys	Jennifer Bagehom, Nina Weschenfelder
	17	Freitag	31.10.25	13.30	17.45	5	ServiceLab & tba	CX Storytelling für Customer Journeys	Jennifer Bagehom, Nina Weschenfelder
CX Design	18	Samstag	01.11.25	13.30	17.45	5	online	CX Project Management: Kundenerlebnisse und -orientierung erfolgreich in Unternehmen einführen	Fabienne Fini
	19	Freitag	07.11.25	08.15	12.30	5	tba	CX Staging: Design & Inszenierung von Kundenerlebnissen mit Sinnen und Erlebnisdimensionen	Dr. Tiia Mäkinen
CX Insights	20	Freitag	07.11.25	13.30	17.45	5	tba	CX Staging: Design & Inszenierung von Kundenerlebnissen mit Sinnen und Erlebnisdimensionen	Dr. Tiia Mäkinen
	21	Samstag	08.11.25	08.15	12.30	5	online	Erlebnisse überprüfbar machen: Einsatz von Experimenten im CEM	Dr. Marcus Zimmer
	22	Freitag	14.11.25	08.15	12.30	5	tba	Erlebnis-Kontexte: Die Lebenswelt der Kund:innen qualitativ verstehen und erfassen	Andreas Skjönberg
	23	Freitag	14.11.25	13.30	17.45	5	tba	Quantitative Kundenforschung: Erlebnisse messbar machen	Prof. Dr. Steffen Müller
	24	Samstag	15.11.25	08.15	12.30	5	online	Behavior-driven Change: Evidenz-basierte Kundenzentrierung von Organisationen	Marco Steiner
CX Operationalisierung	25	Samstag	29.11.25	08.15	11.00	3	tba	Leistungsnachweis für Modul 2: Gruppenarbeiten; Abgabe: 27.11.2025	Dr. Wolfgang Schäfer, Remo Bebi Gut
	26	Samstag	29.11.25	11.00	12.30	2	tba	Gast-Beitrag: CX Outlook	tbd

60

\* alle Sitzungen - bis auf die Exkursion und die Leistungsnachweise - können auch bei Bedarf hybrid, also teils online und teils offline, durchgeführt werden. Bitte eine Online-Teilnahme Wolfgang spätestens 24 Stunden vorher mitteilen. Danke!