



^b
UNIVERSITÄT
BERN

Certificate of Advanced Studies

Digitale Transformation

CAS

Start: 25. April 2024

Der «Certificate of Advanced Studies» (CAS) Lehrgang im Bereich Digitale Transformation ist Teil des «Executive MBA in Marketing Management» der Universität Bern.

CAS Digitale Transformation

Liebe Interessierte

Durch die Digitalisierung sehen sich Unternehmen, weitere Organisationen und Verwaltungsinstitutionen einem grossen Druck zur Veränderung ausgesetzt. Mit dem Einsatz weiterer Technologie kann diesem Druck allein nicht begegnet werden. Die Organisationen benötigen neue Geschäftsmodelle, Strategien und Prozessabläufe, um das Potenzial der neuen Technik auszuschöpfen. Wem dies gelingt, dem öffnen sich neue Chancen.

Dieser CAS-Lehrgang befähigt die Studierenden, innovative Handlungsoptionen zu entwickeln und umzusetzen. Konzepte, Methoden, Werkzeuge dienen als anregende Beispiele, wie die Digitale Transformation erfolgreich zu bewältigen ist. Eine modulübergreifende Transferarbeit unterstützt die rasche und spezifische Umsetzung des Gelernten. Die Teilnehmenden bestätigen dabei, dass diese Transferarbeit einen hohen praktischen Mehrwert schafft.



Prof. Dr. Harley Krohmer
Direktor des IMU
Universität Bern



Dr. Caroline Kähr Serra
Leiterin Weiterbildung
IMU Marketing
Universität Bern

Modul 1 und 2

Grundlagen der Digitalen Transformation

25. bis 27. April 2024

Die Digitale Transformation hat grosse Auswirkungen auf die Gesellschaft und die Arbeitswelt. Diese Weiterentwicklung schafft neue Märkte, Gesellschaftsmodele und Chancen, bringt aber genauso Gefahren mit sich. In diesem Modul erhalten die Studierenden einen Überblick über das Thema und die einzelnen Module.

Zentrale Lerninhalte

- Auswirkungen der Digitalen Transformation auf Gesellschaft und Unternehmen
- Digitalisierung und Konzepte der Digitalen Transformation
- Stand der Forschung und Theorien
- Einführung in das Berner Transformationsmodell
- Einführung in die Transferarbeit

Moderation:
Dr. Caroline Kähr Serra
(Universität Bern)

Technologische Bausteine der Digitalen Transformation

23. bis 25. Mai 2024

Voraussetzung für die Erkennung der Chancen und Grenzen neuer Technologien ist das Verständnis deren grundlegenden Funktionsweise. Deshalb bietet dieses Modul Überblick und Vertiefung zu heutigen und künftigen technologischen Bausteinen, welche die Grundlage der digitalen Transformation bilden.

Zentrale Lerninhalte

- Big Data, Linked Data und Open Data
- Software-Trends, Open Source, API-Architektur
- Internet of Things und andere Smart City Technologien
- Bitcoin, Blockchain und Smart Contracts
- Digitale Nachhaltigkeit

Moderation:
Dr. Matthias Stürmer
(Universität Bern)

Modul 3 und 4

Modul 5 und 6

Disruptive Technologien erkennen und bewerten

20. bis 22. Juni 2024

Der technologische Wandel ist die Basis der Digitalen Transformation. Neben evolutionären technologischen Entwicklungen sind disruptive Technologien und Konzepte im Zuge der Digitalen Transformation massgebend. Das Modul zeigt die betriebswirtschaftlichen Auswirkungen aktueller technologischer Trends (z.B. Smart Cities) und Konzepte.

Zentrale Lerninhalte

- Überblick zu den aktuellen Trends
- Bedeutung von disruptiven Technologien
- Konzepte und Tools zur Technologiebewertung
- Konzepte und Tools zur Technologieerkennung

Moderation:
Dr. Pascal Sieber
(sieber&partners)

Mit Digitalisierung strategische Ziele erreichen

15. bis 18. August 2024

Die Digitale Transformation beeinflusst nicht nur die einzelnen Geschäftsbereiche, sondern das ganze Unternehmen. Dieses Lehrgangsmodul zeigt den Studierenden die Auswirkungen der Digitalen Transformation auf bestehende Geschäftsmodelle, Strategien, Business Cases, Methoden und Modelle.

Zentrale Lerninhalte

- Business Cases
- Geschäftsmodelle
- Methoden und Strategien
- Bedeutung der Digitalen Transformation für das ganze Unternehmen
- Juristische Grundlagen zur Digitalisierung

Moderation:
Prof. Dr. Christian Matt
(Universität Bern)

Digitale Transformation von Prozessen und Leistungen

12. bis 14. September 2024

Die Digitale Transformation verändert neben der Gesellschaft auch die Prozesslandschaft, die Wertschöpfungskette und die Arbeitsabläufe in Unternehmen. Eine reine Digitalisierung bestehender Prozesse ist jedoch nicht ausreichend. Viele Prozesse müssen grundsätzlich geprüft und überarbeitet werden.

Zentrale Lerninhalte

- Customer Journey
- Digitale Wertschöpfungskette (E-Procurement, E-Shop, E-Marktplace, E-Marketing)
- Standardisierung und Automatisierung von Prozessen
- Digitale Kunden- und Lieferantenbeziehungen
- User Experience

Moderation:
Luigi Carraciolo
(sieber&partners)

Erleben der Digitalen Transformation in der Praxis

17. bis 19. Oktober 2024

Die Digitale Transformation findet konstant statt. Dieses Lehrgangsmodul gibt den Studierenden den Einblick in den Umgang mit Digitaler Transformation. Weiter ist die Projektfinanzierung im Bereich der Digitalen Transformation entscheidend, da meist kein direkt ersichtlicher monetärer Gewinn von den Projekten ausgeht.

Zentrale Lerninhalte

- Exkursion zu verschiedenen Unternehmen
- Umgang mit Digitalen Transformationen
- Finanzierungsmöglichkeiten
- Präsentationsmöglichkeiten

Moderation:
Dr. Pascal Sieber
(sieber&partners)

Modul 7 und 8

Wichtige Infos

Projektmanagement in der Digitalen Transformation

14. bis 16. November 2024

Die Anforderungen an Projektmanager und Führungskräfte sind dem konstanten Wandel unterlegen. Die Digitale Transformation stellt zusätzliche und komplexe Anforderungen. Dieses Modul zeigt die Auswirkungen der Digitalen Transformation auf das Projektmanagement innerhalb eines Unternehmens.

Zentrale Lerninhalte

- Digital Management
- Digitale Projekte erfolgreich umsetzen
- Projektmanagement
- Projektsteuerung
- Vorgehensweise (Agile Entwicklung, Business Analyse, Requirements Engineering)

Moderation:
Christoph Wolf
(SwissQ)

Changemanagement in der Digitalen Transformation

12. bis 14. Dezember 2024

Die Umsetzung der Digitalen Transformation bedingt neben dem Leadership auch ein kompetentes Changemanagement. Der Wandel ist ein komplexer Vorgang, bei dem einiges beachtet werden muss. Der unternehmensinterne Umgang mit allen Facetten des Wandels ist der Fokus dieses abschliessenden Lehrgangsmoduls.

Zentrale Lerninhalte

- Changemanagement
- Digitale Organisation
- Digitaler Kulturwandel
- Faktor Individuum
- Digital Transformation Leadership

Moderation:
Dr. Renato C. Müller Vasquez Callo
(Universität Bern)

Zielpublikum: Personen, die in den Bereichen Geschäftsführung, Marketing, Verkauf, Beratung und Verwaltung tätig sind. Bereiten Sie sich jetzt auf die anstehenden Aufgaben vor und erlernen die entsprechenden Kompetenzen.

Organisatorisches:

- 8 Module à 3 Tage (Donnerstag 08:30 Uhr bis Samstag 15:00 Uhr)
- Start: 25. April 2024; Letztes Modul: 12. Dezember 2024
- Unterrichtsort: mehrheitlich in der Engehaldenstrasse 8
- Kosten: CHF 11'800.- (inkl. Unterricht, Unterlagen, Prüfung und Zertifikat)

Zulassung:

- In der Regel werden ein Hochschulabschluss (Fachhochschule, Universität oder ETH) sowie Berufserfahrung von mindestens 3 Jahren vorausgesetzt.
- Personen ohne Hochschulabschluss können von der Programmleitung «sur dossier» zugelassen werden, gegebenenfalls mit Auflagen.
- Interessierte an einzelnen Modulen können zugelassen werden, sofern freie Plätze vorhanden sind.

Anmeldung: mit dem Anmeldeformular unter www.imu-weiterbildung.ch

Studienleitung CAS Digitale Transformation:



Dr. Pascal Sieber
Universität Bern

Weitere Informationen: Monatliche Infoveranstaltungen im Hauptgebäude der Universität Bern. Anmeldung: www.imu-weiterbildung.ch

Gerne beantwortet die EMBA Programmleitung offene Fragen oder stellt sich für ein persönliches Beratungsgespräch zur Verfügung:
Dr. Caroline Kähr Serra | Leitung Weiterbildung IMU Marketing EMBA | info@imu-weiterbildung.ch | 031 684 45 76

EMBA Marketing Management

- CAS Marketingmanagement und Verkauf
- CAS Onlinemarketing und Social Media
- CAS Markenmanagement und Kommunikation
- CAS Marktorientierte Betriebswirtschaftslehre
- CAS Digitale Transformation
- CAS Tourismus und Digitalisierung

Jeder dieser CAS-Lehrgänge wird mit **18 ECTS-Punkten** bewertet. Für den Mastertitel «**Executive MBA in Marketing Management der Universität Bern**» sind mindestens 60 ECTS-Punkte notwendig. Davon müssen 9 ECTS-Punkte zwingend in Form einer schriftlichen **Masterarbeit** erworben werden.

Der **CAS-Lehrgang «Digitale Transformation»** der Universität Bern stellt eine in sich abgeschlossene Weiterbildung dar. Das offizielle Zertifikat wird vergeben, wenn die Zwischen- und Schlussprüfung bestanden sowie die modulübergreifende CAS-Arbeit – begleitet durch Experten – erfolgreich abgeschlossen wurden.

Weiterbildungspartner

valiant



Universität Bern
Institut für Marketing und Unternehmensführung
Engehaldenstrasse 8
3012 Bern

Telefon +41 31 684 45 41
info@imu-weiterbildung.ch

www.imu-weiterbildung.ch