

CAS in Marketingmanagement und Sales mit Fokus KI

Überblick

Certificate of Advanced Studies verleiht durch die Universität Bern

18 ECTS

Dauer: 8 Monate (Oktober 2025 bis Juli 2026)

Sprache: Deutsch

Kosten: 11'800 CHF

Kontakt

Engenhaldenstrasse 4, 3012 Bern

info@imu-weiterbildung.ch

031 684 45 41

www.unibe.mba

LinkedIn: [@Universität Bern Weiterbildung in Marketing & Management](#)

Instagram: [@imu.m_unibe](#)

Entdecken Sie die Schlüsselkomponenten und Strategien des modernen Marketings. Von klassischen Marketinggrundlagen bis hin zu neuesten digitalen Trends, allen voran Künstliche Intelligenz (KI) – dieser Kurs bietet tiefgehende Einblicke und praktische Anwendungen, um Sie optimal auf die Herausforderungen und Chancen in der dynamischen Welt des Marketings vorzubereiten. Erfahren Sie, wie Sie durch innovative Marketingstrategien, effektives Produkt- und Preismanagement in B2C- und B2B-Segmenten, sowie zielgerichtete Verkaufstaktiken Ihre berufliche Entwicklung vorantreiben können.

Studienleitung



Prof. Dr. Harley Krohmer ist seit 2004 **Institutsdirektor und Professor für Marketing** am Institut für Marketing und Unternehmensführung der Universität Bern. Seine Forschungsschwerpunkte sind Markenmanagement und Preismanagement. Er ist Koautor des englischsprachigen Lehrbuches „Marketing Management“ und Autor zahlreicher Publikationen in international führenden wissenschaftlichen Fachzeitschriften (u.a. im Journal of Marketing, Journal of Marketing Research, Strategic Management Journal, Journal of Product Innovation Management). Auf der Praxisseite hat er als Berater und Verwaltungsrat in diversen Branchen Erfahrung gesammelt. Mit seinem forschungs- und beratungsorientierten Ansatz baut er eine Brücke zwischen Wissenschaft und Praxis.

Unsere Partner:innen

Modulübersicht

Modul 1: Kundenverhalten und Marketingstrategie

30. Oktober – 01. November 2025

In diesem Modul erforschen Teilnehmende das Verhalten von Käufer:innen und Verkäufer:innen und entwickeln fundierte Marketingstrategien durch detaillierte Analyse des Austauschprozesses und der Interventionsmöglichkeiten im Markt.

Modul 2: Produkt-, Innovations- und Preismanagement mit KI

26. – 29. November 2025

Teilnehmende vertiefen ihr Verständnis von Produktstrategien, Innovationsmanagement und Preisgestaltung, um die Wertschöpfung zu maximieren und sowohl den Zeit- als auch den Qualitätswettbewerb erfolgreich zu gestalten.

Modul 3: Marktanalyse und Marketingplanung

15. – 17. Januar 2026

Dieses Modul vermittelt Grundlagen der Marktforschung, von der Datenbeschaffung bis zur Dateninterpretation. Ebenfalls erforschen Teilnehmende, wie KI den Marktforschungsprozess neu definiert und wenden diese Erkenntnisse an, um effektive Marketingstrategien zu entwickeln.

Modul 4: Branding und Kommunikationsmanagement

12. – 14. Februar 2026

Dieses Modul behandelt den Prozess des Markenmanagements, von der Strategieentwicklung bis zur Kommunikation, und behandelt, wie Marken effektiv aufgebaut, gestärkt und geschützt werden können.

Modul 5: Verkaufsstrategie und Verkaufsmanagement

12. – 14. März 2026

Teilnehmende erkunden Techniken zur Steigerung von Umsatz, Gewinn und Cashflow durch effektives Verkaufsmanagement unter Einsatz von KI, inklusive der Gestaltung von Vertriebswegen und der Beziehungspflege zu Key Accounts.

Modul 6: Digitales Marketing mit KI

30. April – 02. Mai 2026

In diesem Modul erlernen Teilnehmende, wie sie ihr Marketing an das digitale Zeitalter anpassen können, mit Fokus auf Onlinemarketing, Suchmaschinenoptimierung, Social-Media-Strategien und Marketing Automation.

Modul 7: B2B Marketing und Dienstleistungsmarketing

28. – 30. Mai 2026

Die Besonderheiten des B2B-Marketings werden im Rahmen dieses Moduls analysiert. Teilnehmende diskutieren zudem Predictive Analytics, sowie neue Ansätze im Dienstleistungs- und vertikalem Marketing.

Modul 8: Umsetzung der Marketing- und Verkaufsstrategie

25. – 27. Juni 2026

Teilnehmende diskutieren in diesem Modul Methoden zur effektiven Umsetzung von Marketing- und Verkaufsstrategien, verbessern Marketing- und Verkaufsorganisationen durch Einsatz von KI und messen dabei den ROI ihrer Marketingaktivitäten.

Unsere Partner:innen