

Online studieren

Micro Online Credential (MOC) in Wirtschaftspsychologie

In diesem MOC stehen zentrale psychologische und strategische Aspekte des Konsumentenverhaltens im Mittelpunkt. Die Teilnehmenden vertiefen ihr Verständnis für Kaufentscheidungen, Preiswahrnehmung und Kundenzufriedenheit. Sie lernen, wie Kundenorientierung gezielt umgesetzt wird. Ergänzt wird das MOC durch praxisrelevante Inhalte zu Marktforschung, Positionierung, Funktionen der Werbung, Werbeformaten und der Messung von Werbewirkung. Nachstehend ist eine Auswahl der behandelten Themen dargestellt.

Was ist ein Micro Online Credential?

Micro Online Credentials sind digitale Zertifikate, die den erfolgreichen Abschluss kompakter, vollständig online absolvierter Lerneinheiten bescheinigen. Sie kombinieren die Flexibilität des E-Learnings mit der formalen Qualitätssicherung klassischer Micro Credentials. Durch ihre rein digitale Form ermöglichen sie eine sofortige Verifizierung sowie die einfache Integration in berufliche Netzwerke und unterstützen so das ortsunabhängige, lebenslange Lernen.

| Modul | Inhalt |
|--------------------|--|
| Konsummotive | Konsummotive sind die treibenden Kräfte hinter Kaufverhalten und basieren auf psychologischen Grundbedürfnissen wie Anerkennung, Sicherheit oder Belohnung. Ein Verständnis dieser Motive ermöglicht es Unternehmen, ihre Marketingbotschaften präzise auf die emotionalen Erwartungen der Zielgruppe zuzuschneiden. |
| Kaufentscheidungen | Kaufentscheidungen sind komplexe Prozesse, die sowohl von rationalen Abwägungen als auch von unbewussten Heuristiken und emotionalen Impulsen beeinflusst werden. Durch die Analyse der verschiedenen Entscheidungsphasen können Anbieter gezielte Reize setzen, um den Kunden in seinem Urteil zu beeinflussen. |
| Preiswahrnehmung | In der Preiswahrnehmung geht es weniger um den objektiven Geldbetrag als vielmehr um das subjektive Empfinden von Fairness und Wert im Vergleich zum Wettbewerb. Psychologische Effekte wie Ankerpreise oder Schwellenwerte bestimmen massgeblich, ob ein Angebot als attraktives Schnäppchen oder als überteuert wahrgenommen wird. |
| Kundenbindung | Kundenbindung zielt darauf ab, durch exzellente Erfahrungen und eine kontinuierliche Interaktion eine langfristige emotionale Loyalität zur Marke aufzubauen. Zufriedene Stammkunden bilden nicht nur eine stabile Umsatzbasis, sondern fungieren durch positive Mundpropaganda auch als wertvolle und glaubwürdige Markenbotschafter. |

| Modul | Inhalt |
|----------------------|--|
| Neuro-Marketing | Neuro-Marketing nutzt wissenschaftliche Erkenntnisse über Gehirnprozesse, um die unbewussten Reaktionen von Konsumenten auf Markenreize und Verpackungen messbar zu machen. Diese Daten helfen dabei, Produkte und Kampagnen so zu optimieren, dass sie eine maximale emotionale Resonanz und Aufmerksamkeit beim Betrachter auslösen. |
| Werbewirkungsmodelle | Werbewirkungsmodelle beschreiben die psychologischen Stufen, die eine Person von der ersten Wahrnehmung einer Anzeige bis hin zum tatsächlichen Kaufabschluss durchläuft. Sie dienen als theoretisches Gerüst, um die Effektivität von Werbemaßnahmen zu planen und den Erfolg der Kommunikation in jeder Phase des Trichters zu messen. |

Das Wichtigste auf einen Blick

Micro Online Credential (MOC) in Wirtschaftspsychologie

| | |
|--------------------------|--|
| ECTS | 5 ECTS |
| Dauer | Maximal 6 Monate |
| Umfang | 125 Lernstunden |
| Unterrichtsform | Asynchrones Selbststudium |
| Studiengebühren | CHF 1790.– |
| Leistungsnachweis | Transferarbeit |
| Zulassungsbedingungen | <ul style="list-style-type: none"> – Abgeschlossenes Fachhochschul- oder Universitätsstudium – Abschluss der höheren Berufsbildung und ausreichend Berufserfahrung in einem für die Weiterbildung relevanten Berufsfeld sowie angemessene wissenschaftliche Kenntnisse – Sur-Dossier durch die Zulassungskommission |
| Studienstart | Jederzeit |
| Unterrichtssprache | Deutsch und in geringem Umfang Englisch |
| Anrechnung CAS-Lehrgänge | 1 MOC kann an ein thematisch verwandtes CAS an der PHW mit 5 ECTS innerhalb von 12 Monaten angerechnet werden |

Studienberatung

Falls Sie Fragen zu diesem Studiengang haben, empfehlen wir Ihnen eine unverbindliche Beratung telefonisch oder auf unserer Webseite zu vereinbaren. **www.phw.ch, online@phw.ch, Telefon: +41 (0)31 537 35 35**