

DIGITAL EXPERIENCE

Die Teilnehmenden werden in die Lage versetzt, digitale Kommunikationskonzepte in digitale Strategien, Geschäfts- und Betriebsmodelle zu integrieren. Sie lernen den Einfluss von digitaler Kommunikation auf Interaktionsprozesse, User Generated Content und typische Rollenmodelle in der Wertschöpfung kennen. Dabei werden aktuelle Fallbeispiele bearbeitet. Nach Abschluss des Moduls sind die Teilnehmenden in der Lage, auf Basis konkreter digitaler Kommunikationsstrategien in der Unternehmenspraxis diese zu reflektieren und die digitale Kommunikation in die Gesamtstrategie einzubetten.

Zielgruppe

Für Weiterbildungsinteressierte, die lernen möchten, digitale Kommunikationskonzepte in digitale Strategien, Geschäfts- und Betriebsmodelle zu integrieren.

Lernziele

Die Teilnehmenden sind in der Lage, nutzerzentrierte digitale Erlebnisse (Digital Experiences) strategisch zu planen, zu gestalten und zu optimieren. Sie können dabei Erkenntnisse aus der User Experience (UX) und Customer Experience (CX) mit modernen technologischen Enablern wie KI und Content-Infrastrukturen integrieren, um durchgängige und wertschöpfende Interaktionen für Kunden und Mitarbeitende zu entwickeln.

Lehrinhalte

1. Grundlagen der Digital Experience: Abgrenzung und Zusammenspiel von User Experience (UX), Customer Experience (CX), Service Design und Menschzentrierter Gestaltung
2. Psychologie der Nutzung: Wahrnehmungspsychologie, Verhaltensmuster im digitalen Raum und emotionale Bindung
3. Customer Journey Management: Identifikation von Touchpoints, Mapping von Ist- und Soll-Prozessen, Omni-Channel-Strategien
4. User Research & Testing: Methoden zur Bedarfsanalyse (z.B. Interviews, Personas) und Evaluation (z.B. A/B-Testing, Usability-Tests).
5. Informationsarchitektur & Interaction Design: Prinzipien der intuitiven Benutzerführung, Wireframing und Prototyping
6. Technologische Enabler: Digital Experience Platforms (DXP), Personalisierungstechnologien und Content-Management-Strategien
7. Data-Driven Experience: Nutzung von Analytics zur kontinuierlichen Optimierung der User Journey
8. KI & Cognitive Computing: Einsatz von künstlicher Intelligenz (z.B. Chatbots, dialogorientierte Analysen) zur Schaffung natürlicher und personalisierter Interaktionen

9. Ethik und Barrierefreiheit: Inclusive Design und Dark Patterns in digitalen Schnittstellen

Termine	Die Termine des Kurses sind derzeit noch in Planung und werden, sobald feststehend, auf der Homepage bekanntgegeben
Dauer	4 - 6 Wochen, i.d.R. freitags von 15:30 – 20:30 Uhr und/oder samstags von 09:30 – 16:45 Uhr
Ort	Live-Online + Präsenz an der Hochschule Aalen
Niveau/Level	Master
Voraussetzungen	Keine
Sprache	DE
Workload	30 UE Präsenz 120 UE Selbststudium/Prüfungsvorbereitung
Didaktisches Konzept	Dies ist ein Blended Learning Modul, bei dem sich Online- und Präsenzunterricht abwechseln.
Prüfungsform	Portfolio
Professionelle Lernumgebung	Unsere Zertifikatskurse sind jeweils in einen thematisch passenden Studiengang eingebettet, sodass alle Teilnehmenden von aktuellem Hochschulwissen profitieren können
Kursgebühr	1.600 EUR

Kofinanziert vom Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Tourismus Baden-Württemberg

Kofinanziert von der Europäischen Union