

CAS Angewandte Psychologie für Strategie, Marketing und Kommunikation

Dozierende

Prof. Dr. Dorothea Schaffner	ist seit 2017 Professorin an der Hochschule für Angewandte Psychologie FHNW. Zuvor war sie Professorin am Institut für Kommunikation und Marketing der Hochschule Luzern. Ihre Schwerpunkte liegen im Bereich der angewandten Konsum- und Entscheidungsforschung, der Wirkungsanalyse von Kampagnen sowie der Verhaltensänderung. Sie studierte Sozialpsychologie an der Universität Zürich und promovierte an der Universität St. Gallen.
Prof. Dr. Nina Tobler	ist seit 2022 Professorin für Wirtschaftspsychologie an der Hochschule für Angewandte Psychologie FHNW. Ihre Kompetenzschwerpunkte sind Konsumententscheidungen und -psychologie sowie Nachhaltigkeit und Konsumverhalten. Nina Tobler studierte Sozialpsychologie an der Universität Zürich und promovierte zum Thema «Nachhaltiges Konsumverhalten» an der ETH Zürich. Nach ihrer Dissertation arbeitete sie als Projektleiterin bei der Stiftung für Technologiefolgen-Abschätzung TA-SWISS.
Torben Emmerling	ist Gründer und Managing Partner von Affective Advisory und Autor des D.R.I.V.E.® Frameworks für verhaltensökonomische Strategieansätze. Er ist Mitbegründer und Vorstandsmitglied der Global Association of Applied Behavioural Scientists (GAABS), Vorstandsmitglied der Behavioral Insights for better Politics and Societies (BIPS) Initiative sowie Dozent und HBR-publizierter Autor für Verhaltenswissenschaften, Entscheidungswissenschaften und Konsumentenpsychologie. Torben verfügt über einen Executive Master (MSc) in Behavioural Science von der London School of Economics, einen Master (Mlit) in International Business von der University of St Andrews und über 10 Jahre Erfahrung in Strategieentwicklung und Projektmanagement.
Anna Fuchs	Anna Fuchs ist Diplom-Psychologin, langjährige Trainerin und Beraterin am Schulz von Thun Institut für Kommunikation in Hamburg sowie Dozentin – unter anderem an der EAE Business School Barcelona und am Institut für Kommunikation und Führung in Luzern – mit Lehraufträgen an den Universitäten Tübingen und Vic. Ihre Arbeitsschwerpunkte sind Kommunikationspsychologie, diversitätssensible Kommunikation und Führung. Sie ist Autorin des Buches Transkulturelle Herausforderungen meistern, erschienen 2022 in der von Prof. Schulz von Thun herausgegebenen Reihe Miteinander reden: Praxis, sowie mehrerer LinkedIn-Learning-Kurse.
Prof. Dr. Matthias Gouthier	ist Inhaber des Lehrstuhls für Marketing und elektronische Dienstleistungen, Leiter des Instituts für Management des Fachbereichs Informatik und Direktor des Centers for Service Excellence (CSE) der Universität Koblenz-Landau. Zu seinen aktuellen Forschungsschwerpunkten zählen Themenfelder wie Customer Experience Management, Digitalisierung von Dienstleistungen, Emotionen (wie insb. Kundenbegeisterung, Mitarbeiterbegeisterung und -stolz) und Service Excellence. Er ist als Referent sowohl bei nationalen und internationalen Hochschulen als auch in der Unternehmenspraxis tätig.

Dozierende	
Nadine Hess	War in diversen Unternehmen und Marketing-Rollen tätig, zuletzt als CMO der Migros. Zu Beginn ihrer Karriere spezialisierte sie sich in der auf die Erforschung von psychologischen und verhaltensbezogenen Kaufentscheidungen im Retail. Heute hat sie über 20 Jahre Erfahrung in Marketing Strategy & Planning, Customer Behaviour, Brand Management und Personal Branding.
Dr. Thilo Pfrang	ist Mitgründer und CEO von behamics und hat mehr als zehn Jahre Erfahrung in der verhaltenswissenschaftlichen Beratung von führenden Unternehmen im E-Commerce, darunter OTTO, Odlo, Ochsner Sport oder Estée Lauder. Thilo doktorierte auf dem Gebiet der Verhaltensökonomie und untersuchte u.a. den Einfluss von Verhaltensanreizen auf das Rückgabeverhalten von Online-Kunden. Er hat in hochrangigen wissenschaftlichen Journalen publiziert und ist immer noch in Forschungsprojekte an Universitäten wie der University of Michigan, Frankfurt School of Finance & Management und der Universität St. Gallen tätig.
Prof. Dr. Anne Scherer	ist Assistenzprofessorin für Quantitatives Marketing am Lehrstuhl für Marketing und Marktforschung und Co-Direktorin des Forschungsschwerpunkts «Soziale Netzwerke» an der Universität Zürich. Ihr primäres Forschungsinteresse gilt den psychologischen, verhaltensbezogenen und gesellschaftlichen Folgen einer zunehmenden Digitalisierung, Automatisierung und Entmenschlichung menschlicher Interaktionen. Zur Beantwortung ihrer Forschungsfragen stützt sich Anne Scherer hauptsächlich auf groß angelegte Sekundärdaten aus Kundendatenbanken sowie auf Labor- und Online-Experimente. Ihre Forschung wurde im MIS Quarterly, dem Journal of the Academy of Marketing Science und dem Journal of Business Research veröffentlicht.
Dr. Nadine Stutz	ist Inhaberin von empower digital und berät Unternehmen in den Bereichen Social Media, digitale Kommunikation, digital Enabling und Digital Change. Nadine Stutz studierte an der Universität Freiburg i.Ue. Medien- und Kommunikationswissenschaften und promovierte an der Universität Zürich zum Thema Social Media in der Markenführung. Zudem absolvierte sie den MAS Brand and Marketing Management an der Hochschule Luzern. Nadine Stutz war am Institut für Kommunikation und Marketing der Hochschule Luzern in Beratungs- und Forschungsprojekten zu Marken- und Kommunikationsmanagement sowie Marketing tätig. Danach war sie bei Raiffeisen Schweiz verantwortlich für Social Media, digitale Kommunikation und digitale strategische Kommunikationsprojekte.