

DBNM - Digital Business Models & New Marketing - MWB2015

ECTS	6
Unterrichtssprache	Deutsch
Modultyp	Pflichtmodul
Dozierende	Cichy Patrick, Tereschenko Olga
Modulverantwortung	Patrick Cichy, Olga Tereschenko
Eingangskompetenz	Für den Schwerpunkt NM werden Grundlagenkenntnisse zu Statistik und SPSS vorausgesetzt.
Kompetenz	<p>Jedes Produkt und jedes Unternehmen kommt irgendwann in eine Phase, in der die bisherigen Märkte nur noch wenig oder gar kein Entwicklungspotenzial mehr aufweisen und die bestehende Geschäftsmodelle infrage gestellt werden müssen. In dieser Phase ist es wichtig, dass Unternehmen in die Lage versetzt werden, sich stetig und marktorientiert zu erneuern. Vor diesem Hintergrund sollen im Modul vor allem die Anforderungen und Möglichkeiten der Digitalisierung hinsichtlich des Geschäftsmodells (Schwerpunkt: Digital Business Models, DB) betrachtet sowie ein Einblick in einige kundenzentrierte Marketingansätze (Schwerpunkt: New Marketing, NM) gegeben werden.</p> <p>Dazu wird im Kontext des Schwerpunkts DB die Veränderungsfähigkeit von Unternehmen in Zeiten technologischen Wandels sowie zentrale Aspekte datenbasierter Wertschöpfung behandelt. Im Kontext von NM sollen Studierende Methoden zur Ermittlung von Kundenbedürfnissen kennenlernen, psychographische Zielgruppensegmentierung unter Anwendung der Faktoren- und Clusteranalyse durchführen, Personas für Zielgruppen erstellen sowie Customer Experience für Kunden aktiv gestalten können.</p>

DBNM - Digital Business Models & New Marketing - MWB2015

Inhalt

Schwerpunkt Digital Business Models (DB): Die Digitalisierung stellt aktuell einen der wesentlichen Quellen technologischen Wandels dar. Um im diesem zu bestehen müssen Unternehmen wandlungs- und innovationsfähig zu sein. Vor diesem Hintergrund werden zentrale Begriffe und Theorien des Innovations- und Technologiemanagements eingeführt. Es wird zudem beleuchtet, warum manche Unternehmen in Zeiten technologischen Wandels bestehen und andere nicht (z.B. Structural Inertia, Ambidexterity, Search Bias). Zudem sollen Quellen von Innovation und Wege der Zusammenarbeit bei der Entwicklung neuer Lösungen betrachtet werden (z.B. Open Innovation, Crowdsourcing, User Innovation, Co-Creation).

In den konkreten Ausprägungen digitaler Geschäftsmodelle ist der mehrwertstiftende Einsatz von Daten häufig zentral. Dieser Aspekt soll deswegen genau betrachtet und datenbasierte Wertschöpfung im Allgemeinen sowie die Rolle von Künstlicher Intelligenz im Speziellen beleuchtet werden. In diesem Zuge werden die Potentiale als auch Herausforderungen diskutiert (z.B. Datenschutz, AI Ethics, etc.). Dies soll anhand der Vorstellung von aktuellen Forschungserkenntnissen sowie verschiedenen Praxisbeispielen erfolgen. Ausserdem werden spezielle Canvas-Werkzeuge eingeführt mit denen datenbasierte Wertschöpfung beschrieben werden kann.

Schwerpunkt New Marketing (NM): In der digitalisierten und kundenzentrierten Welt, in der etablierte Unternehmen heute agieren müssen, ist es mehr denn je relevant, die Wünsche und Bedürfnisse der Kunden an die eigenen Produkte und Dienstleistungen zu kennen und zu (über)erfüllen sowie Barrieren bei der Nutzung dieser abzubauen. Doch nicht immer ist es für Unternehmen leicht die Kundenbedürfnisse zu antizipieren. Mit angemessenen Methoden lassen sich Bedürfnisse von tatsächlichen und potentiellen Kunden jedoch systematisch ermitteln und bestehende Produkte verbessern bzw. neue Produkte entwickeln.

Ein weiterer Fokus liegt in der kundenzentrierten Welt auf der Ermittlung der relevanten Zielgruppe(n) und ihrer möglichst genauen Beschreibung. Zielgruppensegmentierungen anhand von psychographischen Kriterien bilden heute eine gute Grundlage für eine gezielte Kundenansprache im Marketing. Persona(s), die für die Zielgruppe(n) eines Unternehmens erstellt wird/werden, macht/machen die eigenen Kunden für die Mitarbeiter greifbarer und verstehbarer. Das ist die Voraussetzung dafür, dass der Kunde ins Zentrum aller Entscheidungen und Handlungen eines jeden Mitarbeiters rücken kann.

Da Kundenzufriedenheit hinsichtlich Produkte und Dienstleistungen heute nicht mehr ausreicht, um aus Kunden loyale und emotional gebundene Wiederholungstäter und Fürsprecher zu machen, wurde der Ansatz des Customer Experience Management geboren, der auf begeisternde Interaktionen zwischen Kunden und Unternehmen entlang der gesamten Customer Journey setzt. Die eigens dafür in Unternehmen eingesetzten Mitarbeiter sollen aufzeigen, wie Erlebnisse für Kunden bewusst positiv gestaltet und gemessen werden können. Die Studierenden werden die Aufgaben des Customer Experience Management kennenlernen und verstehen auf welche Aspekte es bei der Gestaltung der Customer Experience ankommt.

Lehr- und Lernmethode

Die Studierenden lernen durch die Selbstlektüre von Literatur, Analyse von Case Studies und praktische Anwendung von Tools und Methoden.

Fachliteratur

Provost, F., Fawcett, T. (2013). Data Science for Business: What you need to know about data mining and data-analytic thinking, O'Reilly and Associates.

Christensen, C.M. et al. (2017): Besser als der Zufall: Jobs to be done die Strategie für erfolgreiche Innovationen, Plassen Verlag, eISBN: 978-3-86470-502-1

Freter, H. (2008). Markt- und Kundensegmentierung, Kohlhammer Verlag.

Rusnjak, A. et al. (2018): Customer Experience im Zeitalter des Kunden, Springer Gabler Verlag, <https://doi.org/10.1007/978-3-658-18961-7>

Workload

6 ECTS =180h

DBNM - Digital Business Models & New Marketing - MWB2015

Kontaktstudium	7*8 Lektionen = 56 Lektionen
Präsenzpflicht	ja
Kompetenznachweis	<p>Gruppenarbeiten (2-3er-Gruppen) zählen zusammen 40%, Einzelarbeit zählt 60% zur Gesamtnote.</p> <p>Durch die Einzelarbeit wird bewiesen, dass der behandelte Stoff in einer praxisnahen Aufgabenstellung umgesetzt werden kann.</p> <p>Durch die Gruppenarbeit werden notwendige Kompetenzen zum Teil selbstständig erarbeitet</p> <p>Abgabe Einzelarbeit: vor Ende des Vorlesungszeitraums, Leistungsnachweis Gruppenarbeit erfolgt laufend.</p>
Hilfsmittel bei schriftlicher Prüfung	<p>Wörterbuch Muttersprache - Sprache Kompetenznachweis.</p> <p>BFH-Taschenrechner oder anderer Taschenrechner (gemäss Hilfsmittelregelung) Für Details zu den Hilfsmitteln siehe aktuelle "Weisung zu den Kompetenznachweisen" auf Moodle.</p>
Studiengang, Semester	MSc Business Administration, 2021-2022, 2 FS, BB, Bern

ELOG - Entrepreneurial Leadership & Organizational Growth - MWB2014

ECTS	3
Unterrichtssprache	Deutsch
Modultyp	Pflichtmodul
Dozierende	Schell Sabrina
Modulverantwortung	Sabrina Schell

Kurzbeschreibung des Moduls Dieses Modul ist eines von drei Modulen der Cycle-Phase «Start-up and Growth Management». Zu dieser Phase des CBD-Cycle gehören die Module ENBC Entrepreneurship & Business Creation, VEFI Venture & Growth Financing und ELOG Entrepreneurial Leadership & Organizational Growth (alle 2. Semester). Alle Module basieren auf dem im 1. Semester im Modul DETH Design Thinking festgelegten Live-Case, der von den Studierendengruppen jeweils aus verschiedenen Perspektiven bearbeitet wird.

Die Inhalte der Cycle-Module sind aufeinander abgestimmt, sodass die Studierenden Ergebnisse weiterverwenden können. Die Studierenden durchlaufen in den erwähnten Modulen den Gründungs- und Wachstumsprozess eines Unternehmens und schaffen für die Organisationen hinter den Live-Cases gleichzeitig einen Mehrwert. Das didaktische Konzept kombiniert daher Fragestellungen aus der Praxis direkt mit den Lehrinhalten der gesamten Modulgruppe.

Die Kompetenznachweise der Cycle-Module basieren auf den Live-Cases. Form und Inhalte der Kompetenznachweise werden je Modul individuell festgelegt und können sich aus Teilkompetenznachweisen zusammensetzen, die über den Semesterverlauf hinweg erbracht werden. Die drei Kompetenznachweise werden somit unabhängig voneinander erbracht und eigenständig bewertet. Pro Modul wird eine separate Note ausgewiesen. Teil des Kompetenznachweises ist eine gemeinsame Abschlussveranstaltung, an denen die Studierenden Poster präsentieren (Posterpräsentation) und zu der auch die Live-Case-Partner*innen eingeladen werden. Die Poster behandeln Inhalte aus allen drei Modulen, wobei die Posterpräsentation in jedem Modul 30% zum Kompetenznachweis beiträgt. In jedem Modul werden die inhaltlichen Vorhaben für den jeweiligen Posterteil individuell festgelegt. Die Dozierenden bewerten jeweils ausschliesslich ihren Teil des Posters.

Das Modulelement Entrepreneurial Leadership & Organisational Growth legt den Fokus auf:

1. Die Theorie und Empirie des Gründungsmanagements und des Unternehmertums mit besonderem Fokus auf die Person des Gründers bzw. der Gründerin.
2. HR-Management in jungen Unternehmen. Wie findet man die richtige Organisationsform? Wie baut man sich ein funktionierendes Team auf?
3. Entrepreneurial Leadership. Was ist das eigentlich und welchen Einfluss hat Führung in jungen Teams?
4. Herausforderungen und Entwicklungsdynamiken in jungen/wachsenden Unternehmen.
5. Führung und Organisation in jungen wachsenden Unternehmen. Wie kann sich das Unternehmen weiterentwickeln?
6. Personal- und Teamentwicklung in jungen Unternehmen. Wie hält man die Motivation und Organisation stabil, bei einem hohen Tempo der Weiterentwicklung?
7. Praxiseinblicke

Eingangskompetenz	DETH Design Thinking
--------------------------	----------------------

ELOG - Entrepreneurial Leadership & Organizational Growth - MWB2014

Kompetenz

Fachkompetenz:

- Kenntnis der typischen Phasen von Gründungs- und Wachstumsprozessen
- Kenntnis von Organisations- und Teamdesigns und wie man diese auswählt und gestalten kann
- Kenntnis von Führung und Teamdynamiken in jungen und neuen Unternehmen
- Kenntnis von typischen HR Prozessen in der frühen Phase der Unternehmensentwicklung

Methodenkompetenz:

- Die Studierenden sind in der Lage eigenständig Informationen zu sammeln, um strategische Entscheidungen in Bezug auf das Organisationsdesign und die Teamentwicklung zu treffen
- Die Studierenden können Problemlösungen verargumentieren und präsentieren
- Die Studierenden können theoretisches Wissen auf die Praxis übertragen

Sozialkompetenz:

- Die Studierenden können sich selbst und andere reflektieren und zeigen Entwicklungspotenziale auf
- Die Studierenden können in Gruppen Lösungen erarbeiten
- Die Studierenden können angemessenes und wertschätzendes Feedback geben und empfangen

Selbstkompetenz:

- Selbständigkeit inkl. Reflexionsfähigkeit
- Kritikfähigkeit
- Selbstvertrauen
- Zeitmanagement

Inhalt

Das Modulelement Entrepreneurial Leadership & Organisational Growth legt den Fokus auf

Die Theorie und Empirie des Gründungsmanagements und des Unternehmertums mit besonderem Fokus auf die Person des Gründers, der Gründerin.
HR-Management in jungen Unternehmen. Wie findet man die richtige Organisationsform? Wie baut man sich ein funktionierendes Team auf?
Entrepreneurial Leadership. Was ist das eigentlich und welchen Einfluss hat Führung in jungen Teams?
Herausforderungen und Entwicklungsdynamiken in jungen/wachsenden Unternehmen.
Führung und Organisation in jungen wachsenden Unternehmen. Wie kann sich das Unternehmen weiterentwickeln?
Personal- und Teamentwicklung in jungen Unternehmen. Wie hält man die Motivation und Organisation stabil, bei einem hohen Tempo der Weiterentwicklung?
Praxiseinblicke

Lehr- und Lernmethode

Das Modul wird einen didaktischen Methodenmix nutzen, welcher folgende Methoden beinhaltet:

Impulsreferate durch die Dozentin
Fallstudienbearbeitung durch die Studierenden
Gruppenarbeiten
Praxisbeiträge
Blended Learning Veranstaltungen (digital)
Selbststudium

ELOG - Entrepreneurial Leadership & Organizational Growth - MWB2014

Fachliteratur	<p>Die Fachliteratur wird zum jeweiligen Kursblock in Form von wissenschaftlichen Papern auf Moodle hinterlegt.</p> <p>Pflichtliteratur und freiwillige Literatur werden gesondert gekennzeichnet.</p> <p>Eine Buchanschaffung ist nicht erforderlich.</p> <hr/>
Workload	<p>90 Stunden</p> <hr/>
Kontaktstudium	<p>28 Lektionen</p> <hr/>
Präsenzpflicht	<p>Die Veranstaltung findet in Präsenz statt und beinhaltet Blended Learning Inhalte und Formate, welche ggf. digital über Teams und/oder Moodle durchgeführt werden.</p> <p>Es sind Gastreferate vorgesehen, bei denen die Teilnahme und Anwesenheit obligatorisch ist.</p> <p>Die digitalen Termine werden zu Beginn des Semesters auf Moodle bekannt gegeben.</p> <hr/>
Kompetenznachweis	<p>Dieses Modul ist eines von drei Modulen der Cycle-Phase «Start-up and Growth Management». Zu dieser Phase des CBD-Cycle gehören die Module ENBC Entrepreneurship & Business Creation, VEFI Venture & Growth Financing und ELOG Entrepreneurial Leadership & Organizational Growth (alle 2. Semester). Alle Module basieren auf dem im 1. Semester im Modul DETH Design Thinking festgelegten Live-Case, der von den Studierendengruppen jeweils aus verschiedenen Perspektiven bearbeitet wird. Die Inhalte der Cycle-Module sind aufeinander abgestimmt, sodass die Studierenden Ergebnisse weiterverwenden können.</p> <p>Die Studierenden durchlaufen in den erwähnten Modulen den Gründungs- und Wachstumsprozess eines Unternehmens und schaffen für die Organisationen hinter den Live-Cases gleichzeitig einen Mehrwert. Das didaktische Konzept kombiniert daher Fragestellungen aus der Praxis direkt mit den Lehrinhalten der gesamten Modulgruppe. Die Kompetenznachweise der Cycle-Module basieren auf den Live-Cases. Form und Inhalte der Kompetenznachweise werden je Modul individuell festgelegt und können sich aus Teilkompetenznachweisen zusammensetzen, die über den Semesterverlauf hinweg erbracht werden. Die drei Kompetenznachweise werden somit unabhängig voneinander erbracht und eigenständig bewertet. Pro Modul wird eine separate Note ausgewiesen.</p> <p>Teil des Kompetenznachweises ist eine gemeinsame Abschlussveranstaltung, an denen die Studierenden Poster präsentieren (Posterpräsentation) und zu der auch die Live-Case-Partner*innen eingeladen werden. Die Poster behandeln Inhalte aus allen drei Modulen, wobei die Posterpräsentation in jedem Modul 30% zum Kompetenznachweis beiträgt. In jedem Modul werden die inhaltlichen Vorhaben für den jeweiligen Posterteil individuell festgelegt. Die Dozierenden bewerten jeweils ausschliesslich ihren Teil des Posters.</p> <p>Die weiteren 70% werden semesterbegleitend über Moodle geprüft. Aufgabenstellungen werden im dritten und fünften Block online gestellt und die Studierenden haben eine Woche Zeit die Aufgabenstellung zu bearbeiten.</p> <hr/>
Wiederholungsmodalitäten	<p>Bei Nichtbestehen des Moduls können nicht bestandene Teilkompetenznachweise zum zweiten Prüfungstermin zeitnah wiederholt werden. Die Note der bestandenen Teilkompetenznachweise bleibt dann für diese Wiederholungsprüfung bestehen. Wird an der zeitnahen Wiederholungsprüfung nicht teilgenommen, erfolgt die Modulwiederholung im Rahmen der nächsten Moduldurchführung auf Grundlage einer neuen Aufgabenstellung und alle beim Erstversuch bestandenen Teilkompetenznachweise müssen neu erbracht werden.</p> <hr/>
Studiengang, Semester	<p>MSc Business Administration, 2021-2022, 2 FS, BB, Bern</p> <hr/>

ENBC - Entrepreneurship & Business Creation - MWB2012

ECTS	3
Unterrichtssprache	Deutsch
Modultyp	Pflichtmodul
Dozierende	Gurtner Sebastian, Keim Jan
Modulverantwortung	Sebastian Gurtner, Jan Keim

Kurzbeschreibung des Moduls

Das Leben als Unternehmer*in ist nicht immer einfach. Auch wenn Unternehmertum und Innovation oftmals mit positiven Attributen verbunden werden, so müssen Gründer*innen von Start-ups diverse Hürden und Herausforderungen meistern. Auch können Start-ups einen negativen Einfluss auf die breite Gesellschaft haben, dessen man sich aber oftmals nicht bewusst ist. In diesem Modul behandeln wir, Bezug nehmend auf Themen wie unternehmerisches Denken und Handeln, Pricing, Wertschöpfungsketten und Distributionskanäle, welche Herausforderungen im Start-up-Alltag anzutreffen sind und entwickeln Strategien, wie Gründer*innen und weitere Stakeholder mit diesen umgehen können.

Eingangskompetenz

Fachkompetenz: Die Studierenden

verfügen über grundlegende Kenntnisse der Betriebswirtschaft.
kennen den Design-Thinking-Prozess.
wissen, was Geschäftsmodelle sind und kennen das Grundkonzept des Business Model Canvas.

Methodenkompetenz: Die Studierenden

haben Design Thinking bereits selbst aktiv in ihrem Live-Case angewendet.
haben selbst Geschäftsmodellentwicklung anhand ihres Live-Cases betrieben.
können kritisch über Probleme reflektieren.
arbeiten effektiv und ergebnisorientiert im Team.

Sozialkompetenzen: Die Studierenden

können sich in Probleme anderer hineinversetzen.
sind engagiert und motiviert.

Kompetenz

Fachkompetenz: Die Studierenden

verfügen über grundlegende Kenntnisse der Betriebswirtschaft.
kennen den Design-Thinking-Prozess.
wissen, was Geschäftsmodelle sind und kennen das Grundkonzept des Business Model Canvas.

Methodenkompetenz: Die Studierenden

haben Design Thinking bereits selbst aktiv in ihrem Live-Case angewendet.
haben selbst Geschäftsmodellentwicklung anhand ihres Live-Cases betrieben.
können kritisch über Probleme reflektieren.
arbeiten effektiv und ergebnisorientiert im Team.

Sozialkompetenzen: Die Studierenden

können sich in Probleme anderer hineinversetzen.
sind engagiert und motiviert.

ENBC - Entrepreneurship & Business Creation - MWB2012

Inhalt

- Motivation und Rolle von Unternehmer*innen
- Entrepreneurial Ecosystems
- Entrepreneurial Behavior (Effectuation versus Causation)
- Value Creation & Value Capture
- Preisgestaltung
- Wertschöpfungsketten & Distribution
- Schattenseiten des Unternehmertums
- Schattenseiten der Innovation

Lehr- und Lernmethode

Frontalunterricht, Case Studies, Reflexionsbericht, Erstellen und Präsentieren von Postern

Fachliteratur

Inhaltsrelevante Texte werden während des Semesters abgegeben.

Workload

3 ECTS à ca. 30 Stunden

Kontaktstudium

7x4 Lektionen à 45 Minuten (total: 28 Lektionen)

Präsenzpflicht

Präsenz an der Abschlussveranstaltung ist zwingend.

Kompetenznachweis

Projektbericht / Reflexion: 70% der Modulnote (Gruppennote)

Besteht aus fünf Fragestellungen, die während der Termine 1-5 gestellt und jeweils auf ca. zwei A4-Seiten beantwortet werden sollen.
Der Projektbericht ist als Ganzes (ca. 10 A4-Seiten) zusammen mit dem Poster (siehe unten) am Semesterende einzureichen.

Posterpräsentation: 30% der Modulnote (Gruppennote)

Es wird der ENBC-Teil des Posters bewertet.
Die groben Bewertungskriterien werden im Vorhinein kommuniziert.

Hilfsmittel bei schriftlicher Prüfung

n/avefi

Wiederholungsmodalitäten

Bei Nichtbestehen des Moduls können nicht bestandene Teilkompetenznachweise zum zweiten Prüfungstermin zeitnah wiederholt werden. Die Note der bestandenen Teilkompetenznachweise bleibt dann für diese Wiederholungsprüfung bestehen. Wird an der zeitnahen Wiederholungsprüfung nicht teilgenommen, erfolgt die Modulwiederholung im Rahmen der nächsten Moduldurchführung auf Grundlage einer neuen Aufgabenstellung und alle beim Erstversuch bestandenen Teilkompetenznachweise müssen neu erbracht werden.

Weiterführende, vertiefende Module

DBNM Digital Business Models & New Marketing

ENBC - Entrepreneurship & Business Creation - MWB2012

Bemerkung

Dieses Modul ist eines von drei Modulen der Cycle-Phase «Start-up and Growth Management». Zu dieser Phase des CBD-Cycle gehören die Module ENBC Entrepreneurship & Business Creation, VEFI Venture & Growth Financing und ELOG Entrepreneurial Leadership & Organizational Growth (alle 2. Semester). Alle Module basieren auf dem im 1. Semester im Modul DETH Design Thinking festgelegten Live-Case, der von den Studierendengruppen jeweils aus verschiedenen Perspektiven bearbeitet wird. Die Inhalte der Cycle-Module sind aufeinander abgestimmt, sodass die Studierenden Ergebnisse weiterverwenden können.

Die Studierenden durchlaufen in den erwähnten Modulen den Gründungs- und Wachstumsprozess eines Unternehmens und schaffen für die Organisationen hinter den Live-Cases gleichzeitig einen Mehrwert. Das didaktische Konzept kombiniert daher Fragestellungen aus der Praxis direkt mit den Lehrinhalten der gesamten Modulgruppe.

Die Kompetenznachweise der Cycle-Module basieren auf den Live-Cases. Form und Inhalte der Kompetenznachweise werden je Modul individuell festgelegt und können sich aus Teilkompetenznachweisen zusammensetzen, die über den Semesterverlauf hinweg erbracht werden. Die drei Kompetenznachweise werden somit unabhängig voneinander erbracht und eigenständig bewertet. Pro Modul wird eine separate Note ausgewiesen. Teil des Kompetenznachweises ist eine gemeinsame Abschlussveranstaltung, an denen die Studierenden Poster präsentieren (Posterpräsentation) und zu der auch die Live-Case-Partner*innen eingeladen werden. Die Poster behandeln Inhalte aus allen drei Modulen, wobei die Posterpräsentation in jedem Modul 30% zum Kompetenznachweis beiträgt. In jedem Modul werden die inhaltlichen Vorhaben für den jeweiligen Posterteil individuell festgelegt. Die Dozierenden bewerten jeweils ausschliesslich ihren Teil des Posters.

Studiengang, Semester

MSc Business Administration, 2021-2022, 2 FS, BB, Bern

FOM2 - Forschungsmethoden & Tools II - MWB2010

ECTS	3
Unterrichtssprache	Deutsch
Modultyp	Pflichtmodul
Dozierende	Endrissat Nada
Modulverantwortung	Nada Endrissat, Lorenz Affolter, Clara Zwettler, Emamdeen Fohin
Kurzbeschreibung des Moduls	Im Fokus steht der Erwerb von Kenntnissen und Fertigkeiten, die die Studierenden zur reflektierten und forschungspraktischen Anwendung von Forschungstools und Methoden qualifiziert. Dabei stehen qualitative "thick data" Ansätze im Vordergrund, die durch entsprechende Erhebungs- und Auswertungsverfahren eine reflektierte Managementpraxis ermöglichen.
Eingangskompetenz	FOM 1
Kompetenz	<p>Fachkompetenz: Die Studierenden können</p> <p>qualitativ orientierte Verfahren der Datenerhebung problemadäquat auswählen und reflektiert einsetzen qualitativ orientierte Verfahren der Datenauswertung auswählen, problemadäquat anpassen und (computerbasiert) anwenden</p> <p>Methodenkompetenz: Die Studierenden können</p> <p>qualitativ orientierte Datenerhebungen eigenständig auf wissenschaftlichem Niveau durchführen computergestützte Datenauswertungen forschungsmethodisch korrekt durchführen wissenschaftlich fundierte und praktisch anwendbare Problemlösungen erarbeiten</p> <p>Sozialkompetenz: Die Studierenden können</p> <p>zielorientiert arbeiten qualitative Daten, Erhebungs- und Analysemethoden reflektieren und qualifiziert beurteilen</p> <p>Selbstkompetenz: Die Studierenden können</p> <p>Verantwortung für den eigenen und gemeinsamen Lernprozess übernehmen den eigenen Lernprozess wahrnehmen und beurteilen</p>
Inhalt	<p>Workshop 1: Einführung qualitative Methoden, Entwicklung Fragestellung, Überblick Interviewmethoden, Entwicklung eines Interview Leitfadens, Interviewdurchführung, Input Transkription</p> <p>Workshop 2: Qualitative Forschungsansätze und Datenauswertung: Grounded Theory und Qualitative Inhaltsanalyse, Einführung Datenauswertung mit dem Softwaretool Maxqda</p> <p>Workshop 3: Vertiefung qualitative Methoden: Beobachtungen und Dokumentenanalyse, Triangulation</p> <p>Workshop 4: Case Study Research, u.a.</p>

FOM2 - Forschungsmethoden & Tools II - MWB2010

Lehr- und Lernmethode	Workshop Input, praktische Übungen, Anwendung Analysesoftware Maxqda, selbständiges Arbeiten
Fachliteratur	Wird zur Verfügung gestellt
Workload	90 Stunden
Kontaktstudium	4 Workshoptage
Kompetenznachweis	Arbeitsauftrag während des Semesters (40%), schriftlicher Multiple choice Test am Ende des Semesters (Papierprüfung 60%)
Hilfsmittel bei schriftlicher Prüfung	Keine
Weiterführende, vertiefende Module	WPP 1&2, MATH
Studiengang, Semester	MSc Business Administration, 2021-2022, 2 FS, BB, Bern

INIM - Internationales Integrationsmodul - MWB4004

ECTS	3
Unterrichtssprache	Deutsch
Modultyp	Pflichtmodul
Dozierende	Endrissat Nada, Peskova Marie
Modulverantwortung	Prof. Dr. Marie Peskova / Prof. Dr. Nada Endrissat

Kurzbeschreibung des Moduls	<p>Studierende des Masterstudiums in Business Administration reflektieren, vertiefen und vernetzen die in den ersten drei Semestern vermittelten Kompetenzen und Fachwissen in einem internationalen Kontext anhand von konkreten Aufgabenstellungen in einem Gastland.</p> <p>Das Modul vermittelt Einblicke in Internationales Management und fördert die interkulturelle Kompetenz der angehenden Masterabsolventen und -absolventinnen.</p> <p>Die Studierenden setzen sich intensiv mit verschiedenen Aspekten aus Wirtschaft, Gesellschaft und Politik des Gastlandes auseinander. Dabei besteht der Unterricht sowohl aus geführten Blöcken als auch aus selbständiger Projektarbeit:</p> <p>In der Vorbereitungsphase (1 Tag geführt, 1 Tag selbständig) unterrichten Dozierende relevante Theorien zu den Themen Interkulturelle Kompetenzen und Internationales Management und vermitteln Basisinformationen bezogen auf das Gastland. Studierendenteams erhalten im Rahmen der Vorbereitung ihren jeweiligen Projektauftrag und müssen sich bis zur Abreise ins Gastland gezielt vorbereiten.</p> <p>Während der Studienreise (5.5 Tage) im Gastland wechseln sich geführter Unterricht und Arbeit am Projektauftrag ab. In den Studierendenteams wird selbständig am Projektauftrag gearbeitet und Informationen vor Ort zusammengetragen und analysiert, unterstützt von den Moduldozierenden. Kontakte zu lokalen Personen und Organisationen sowie kulturelle Aktivitäten ergänzen die Studienreise im Gastland.</p> <p>Der Kompetenzerwerb erfolgt im Rahmen des Nachbereitungstags (1 Tag).</p> <p>Studierende können zwischen zwei Destinationen wählen:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Destination Asien (organisiert und durchgeführt von der FHS St.Gallen)2. Destination Europa (organisiert und durchgeführt von der BFH Bern) <p>Studierende melden sich im 3. Semester verpflichtend für eine der zur Auswahl stehenden Destination an.</p>
------------------------------------	---

INIM - Internationales Integrationsmodul - MWB4004

Kompetenz

Fachkompetenz:

- Einblick in Interkulturelles Management: Kultur, Sitten, Verhaltensregeln des Gastlandes
- Vermittlung von Grundwissen in Geschichte, Politik, Medien des Gastlandes
- Behandlung von aktuellen Problemen in Wirtschaft und Gesellschaft des Gastlandes
- Aneignung von Wissen in Kunst / Kultur der Gegenwart des Gastlandes
- Einsicht in volkswirtschaftliche Aspekte des Gastlandes: Wichtigste Kennzahlen, Handelspartner, Internationaler Güteraustausch, konkrete Unternehmens-Erfolgs-stories.

Methodenkompetenz:

- Umsetzung und Vernetzung von während der ersten drei Semestern erlerntem Grundwissen aus verschiedenen Themengebieten in einem internationalen Kontext
- Erlernen von Methoden in der internationalen Projektabwicklung
- Durchsetzen wissenschaftlicher Vorgehensweisen unter erschwerten Rahmenbedingungen.

Sozialkompetenz:

- Problemlösungsorientierte Zusammenarbeit stärken
- Kommunikation und Teamfähigkeit erhöhen
- Verständnis für andere Kulturen und Arbeitsweisen fördern

Selbstkompetenz:

- Interesse an fremdartigen Kulturkreisen fördern
- Sensibilisierung der Umgangsformen mit Menschen anderer Kulturen.

Inhalt

Lernblock 1: Vorbereitungsphase

Einführung in theoretisches Wissen über interkulturelles und internationales Management sowie Kultur, Sitten, Verhaltensregeln, Politik, Wirtschaft und Gesellschaft des Gastlandes

Lernblock 2: Projektarbeit

Einarbeitung in die Gruppenprojekte, Vorbereitung und Organisation für die Projektarbeit im Gastland

Lernblock 3: Studienreise

- Kennenlernen des Gastlandes, aktuelle Probleme in Wirtschaft und Gesellschaft
- Arbeit am Gruppenprojekt vor Ort
- Firmenbesuche
- Vorträge von Gastdozierenden
- Einführung in Kultur und Sitten
- Besichtigungen von Sehenswürdigkeiten vor Ort mit gesamter Gruppe und individuell pro Projektgruppe

Lernblock 4: Schlusspräsentationen

- Abschluss Gruppenprojekte
- Präsentation der Gruppenprojekte im Plenum

Lehr- und Lernmethode

Vorträge von Dozierenden und Gastdozierenden, Lehrgespräche, Workshops, Firmenbesuche, Projektarbeit in einem Gastland, Präsentationen

INIM - Internationales Integrationsmodul - MWB4004

Fachliteratur	Ein Reader mit relevanter Literatur wird elektronisch auf Moodle zur Verfügung gestellt.
Workload	90 Stunden
Kontaktstudium	Kontaktstudium: 50 Stunden Begleitetes Selbststudium: 30 Stunden Selbststudium: 20 Stunden
Präsenzpflicht	Prag: Vorbereitungstag: Freitag, 25.02.2022 in Bern Studienreise: 8.-14.5.2022 Athen: Vorbereitungstag: Freitag, 25.02.2022 in Bern Studienreise: 1.-7.5.2022 Schweiz: Vorbereitungstag: Freitag, 25.02.2022 in Bern Studienreise: 8.-14.5.2022
Kompetenznachweis	Business Präsentation und Executive Summary am Nachbereitungstag
Bemerkung	Aufgrund der anhaltenden COVID-19 Pandemie behält sich die Studiengangsleitungen Änderungen zum geplanten Reiseablauf vor. Alternativen werden aktuell geprüft. Eine definitive Entscheidung wird Ende Januar 2022 kommuniziert. Besten Dank für Ihr Verständnis! Weitere Informationen zum Modulinhalt und Ablauf stehen auf moodle zur Verfügung. Die Lehr- und Arbeitssprache in diesem Modul ist sowohl Deutsch als auch English (Referate der Gastdozierenden, internationale Kontakte im Kontext der Projektarbeit sowie von Firmen-Führungen und Ausflügen im Gastland, etc.)
Studiengang, Semester	MSc Business Administration, 2021-2022, 4 FS, BB, Bern

MATH - Masterthesis - MWB4005

ECTS	15
Unterrichtssprache	Deutsch
Modultyp	Pflichtmodul
Dozierende	Gurtner Andrea
Modulverantwortung	Prof. Dr. Andrea Gurtner
Kurzbeschreibung des Moduls	<p>Die Studierenden führen selbständig eine Forschungsarbeit auf wissenschaftlichem Niveau durch. Sie folgen dabei den Phasen eines prototypischen Forschungsablaufs, wobei sie Entscheidungen wissenschaftlich fundiert begründen, reflektieren und evaluieren. Aktuelle Erkenntnisse des Fachgebiets sowie die in den vorausgegangenen Modulen erworbenen Kompetenzen wissenschaftlichen Arbeitens werden auf konkrete Problemstellungen aus dem betrieblichen Umfeld bezogen.</p>
Eingangskompetenz	Module WATE, WAFM, WAFT, WPP1 und WPP2
Kompetenz	<p>Fachkompetenz: Die Studierenden können</p> <ul style="list-style-type: none">• selbständig praxis- und forschungsrelevante Fragestellungen entwickeln und abgrenzen• durch eine breit angelegte Quellen- und Literaturrecherche den fachlichen State of the Art aufzeigen• selbständig ein Projekt entlang den Phasen eines prototypischen Forschungsablaufs begründet und reflektiert durchführen• fachlich fundierte Lösungen entwickeln und ihre Umsetzung in der Praxis angemessen vorbereiten• selbständig eine wissenschaftliche Arbeit schreiben <p>Methodenkompetenz: Die Studierenden können</p> <ul style="list-style-type: none">• eine breit angelegte Quellen- und Literaturrecherche zu einer spezifischen Fragestellung durchführen• selbständig ein passendes Forschungsdesign und adäquate Erhebungs- und Analysemethoden auswählen und umsetzen• Forschungsergebnisse korrekt und anwendungsbezogen interpretieren• Schwachpunkte in Forschungsdesign und -methodik erkennen <p>Sozialkompetenz: Die Studierenden können</p> <ul style="list-style-type: none">• einen wissenschaftlichen Diskurs führen• in Fachvorträgen die eigene Vorgehensweise darlegen und begründen• die Kommunikation mit Betreuungspersonen sicherstellen <p>Selbstkompetenz: Die Studierenden können</p> <ul style="list-style-type: none">• eigenes Handeln aufgrund von wissenschaftlichen Theorien reflektieren• reflexiv Denken und mit Komplexität umgehen

MATH - Masterthesis - MWB4005

Inhalt

Entwicklung der Fragestellung

- Fragestellungen und Ziele, gegebenenfalls im Austausch mit Auftraggebenden oder Praxispartner*innen, selbständig entwickeln und abgrenzen

Literaturanalyse

- Kritische Auseinandersetzung mit relevanter wissenschaftlicher Literatur
- "State of the Art" darlegen

Forschungsfragen und Thesen/Hypothesen

- Forschungsfragen/Thesen/Hypothesen formulieren
- Fragestellung konzeptualisieren und/oder operationalisieren
- Untersuchungsdesign erarbeiten

Datenerhebung

- Wahl/Entwicklung der Erhebungsinstrumente
- Vorbereitung der Datenerhebung
- Datenerhebung durchführen

Datenanalyse

- Daten bereinigen und aufbereiten
- Daten analysieren

Ergebnisse darstellen, interpretieren und kritisch diskutieren

- Ergebnisse darstellen
- Ergebnisse zusammenfassen
- Ergebnisse interpretieren im Hinblick auf Zielsetzung und "State of the Art"
- Ausarbeitung von praktischen Implikationen und Vorschlägen für die Umsetzung
- Kritische Würdigung der eigenen Arbeit

Forschungsarbeit

- Niederschrift entlang den Richtlinien für eine wissenschaftliche Arbeit
- Mündliche Präsentation

Lehr- und Lernmethode

- Selbständige Wahl des Themas in Absprache mit der Betreuerin oder dem Betreuer. Ev. Übernahme eines Themas von einer Auftraggeberin oder einem Auftraggeber (intern/extern)
- Eigenständiges, durch Coaching durch die Betreuerin oder den Betreuer unterstütztes Verfassen der Master-Thesis
- Präsentation der eigenen Arbeit

Fachliteratur

Alle in den Modulen des Wissenschaftlichen Arbeitens erarbeitete Literatur.
Die Studierenden führen selbständig eine themenspezifische Literaturrecherche durch.



MATH - Masterthesis - MWB4005

Workload	450 Stunden
Kontaktstudium	-
Präsenzpflicht	-
Kompetenznachweis	<p>Gewichtung</p> <ul style="list-style-type: none">• Schriftliche Arbeit 75%• Mündliche Präsentation 25% <p>Die Masterthesis gilt nur als bestanden, wenn sowohl die die schriftliche Arbeit wie mündliche Präsentation mit mind. Note 4.0 bewertet werden.</p> <p>Voraussetzung für die mündliche Präsentation ist eine Bewertung der schriftlichen Arbeit mit mind. der Note 4.0.</p>
Hilfsmittel bei schriftlicher Prüfung	-
Wiederholungsmodalitäten	Die Master-These kann nur einmal wiederholt werden.
Weiterführende, vertiefende Module	-
Bemerkung	Die Masterarbeit umfasst eine empirische Studie. Begründete Ausnahmen sind in Absprache mit dem der Betreuerin oder dem Betreuer möglich.
Studiengang, Semester	MSc Business Administration, 2021-2022, 4 FS, BB, Bern

SIMP - Strategieimplementierung - MWB4006

ECTS	3
Unterrichtssprache	Deutsch
Modultyp	Wahlpflichtmodul
Dozierende	Noppeney Claus, Schmid Alexander
Modulverantwortung	Prof. Dr. Claus Noppeney / Prof. Dr. Alexander Schmid
Kurzbeschreibung des Moduls	Das Modul befähigt die Studierenden, Strategieimplementierung im Sinne von strategischem Wandel einer Organisation in ihrer Komplexität zu erfassen, wichtige Steuerungsgrößen zu identifizieren, Methoden der Diagnose, Planung und Evaluation zu erproben und eigene Handlungsstrategien und deren Folgen konzeptionell zu reflektieren.
Eingangskompetenz	<p>Kenntnis der Konzepte & Tools & Theorien aus dem Strategischen Management (z.B. Johnson G, Whittington R, Scholes K, et al. (2018) <i>Strategisches Management: eine Einführung</i> . 11., aktualisierte Auflage. Hallbergmoos: Pearson).</p> <p>Erste Erfahrungen mit strategischen Veränderungsprojekten in der Praxis (als Mitarbeiter, Stakeholder o.ä.).</p>
Kompetenz	<p>Fachkompetenz: Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> - haben Kenntnis von Bedingungen, Spielräumen und prinzipiellen Techniken strategisch und nachhaltig orientierter Implementierungs- und Reorganisationsprozesse - haben heuristische Analyse- und Bewertungsfähigkeit für die Vorbereitung, Durchführung und Evaluation von strategischen Prozessen <p>Methodenkompetenz: Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> - kennen die Techniken & Verfahren der Vorbereitung, Analyse, Durchführung, Nachbereitung, Evaluation & Reflexion aus den Bereichen strategische Planung, Reorganisation & Change-Management - können praktische Situationen produktiv auf Theoriekontexte beziehen <p>Sozialkompetenz: Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> - trainieren und entwickeln (Selbst-) Präsentations-, Moderations-, Verhandlungs-, Gesprächsführungs-Kompetenzen in Team- und Organisationsentwicklungsprozessen - sind in der Lage fachliche Aspekte kohärent schriftlich darzulegen und diskursiv zu verhandeln <p>Selbstkompetenz: Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> - trainieren die Distanzierungs- und Reflexionsfähigkeit der eigenen Person und die Rolle in Organisationsprozessen - haben Selbstbewertungs- und Relativierungskompetenz
Inhalt	<p>Lernblock 1: Einführung, Übungen & studentische Präsentationen</p> <p>Lernblock 2: Arbeit an Fallstudien, Theoriekontexte & Reflexion</p>
Lehr- und Lernmethode	Literaturarbeit, kleinere Theorieinputs, Einzel- und Gruppenarbeiten inkl. Präsentation sowie Vor- und Nachbearbeitung, Fallstudien, Coaching, Reflexion

SIMP - Strategieimplementierung - MWB4006

Fachliteratur	<p>Pflichtlektüre:</p> <p>Balogun J, Hope Hailey V and Gustafsson S (2016) <i>Exploring Strategic Change</i> . Fourth edition. Harlow, United Kingdom: Pearson Education.</p> <p>Cohen, D (2005) <i>The heart of change. Field guide</i>. Boston: HBS Press.</p> <p>Mintzberg H, Ahlstrand B and Lampel J (1998) <i>Strategy Safari</i>. New York: Free Press.</p> <hr/>
Workload	<p>90 Stunden</p> <hr/>
Kontaktstudium	<p>32 Stunden (2x2Tage)</p> <hr/>
Präsenzpflicht	<p>Block 1: 4./5. März 2022</p> <p>Block 2: 25./26. März 2022</p> <hr/>
Kompetenznachweis	<p>Individuelle Bearbeitung von Vorbereitungsaufgaben (30%)</p> <p>Schriftlichen Gruppenarbeit (40%) und Präsentation (30%)</p> <p>Das Modul wird zwingend mit nicht bestanden bewertet, wenn eine allfällige Kompensationsleistung mit nicht erfüllt bewertet wird.</p> <hr/>
Bemerkung	<p>Das Modul kann als Wahlpflichtmodul von Masterstudierenden der Fachhochschule St. Gallen besucht werden.</p> <p>Es wird eine ausgeglichene Anmeldeverteilung auf die Studienstandorte angestrebt. Bei stark abweichenden Anmeldezahlen kann aus didaktischen Gründen eine Beschränkung festgelegt werden und eine Neuordnung zum Wahlpflichtmodul erfolgen. Die Umverteilung erfolgt auf Basis des Zeitpunkts der Anmeldeeingänge.</p> <p>Für eine sinnvolle Teilnahme ist die aktive und vollständige Präsenz während beider Blockveranstaltungen unerlässlich.</p> <hr/>
Studiengang, Semester	<p>MSc Business Administration, 2021-2022, 4 FS, BB, Bern</p> <hr/>

SPRO - Strategieprozess - MWB4002

ECTS	3
Unterrichtssprache	Deutsch
Modultyp	Wahlpflichtmodul
Modulverantwortung	Prof. Dr. Roman Lombriser (OST) roman.lombriser@bluewin.ch
Kurzbeschreibung des Moduls	Globalisierung, disruptive Technologien, ökologische Herausforderungen, sozio-politische und demographische Entwicklungen bewirken einen Strukturwandel, der in seiner Intensität und Auswirkung einmalig ist und mit den bisherigen Rezepten (z.B. Kostenoptimierung, neue Werbekampagne, bessere Leute einstellen usw.) nicht mehr erfolgreich und nachhaltig bewältigt werden kann. Der heutige Wettbewerb erfordert einerseits eine klare und eindeutige Positionierung, andererseits strategische Flexibilität. Dies erfordert sowohl für Grossunternehmen wie KMU neue Ansätze in der Entwicklung und Umsetzung von Unternehmensstrategien. Ziel des Moduls ist es, die dazu steuerbaren Strategieprozesse und -inhalte kennen und anwenden zu lernen. Der Hauptfokus liegt dabei in der Strategieentwicklung.
Eingangskompetenz	-
Kompetenz	<p>Fachkompetenz: Die Studierenden können</p> <ul style="list-style-type: none"> die Hauptschritte des planerischen Ansatzes verstehen und anwenden die verschiedenen Ansätze des Strategieprozesses verstehen und deren Anwendbarkeit kritisch hinterfragen die wesentlichen Unterschiede in der Strategieentwicklung zwischen verschiedenen Organisationsformen und -grössen kennen und verstehen. <p>Methodenkompetenz: Die Studierenden können</p> <ul style="list-style-type: none"> den strategischen Problemlöse- und Entscheidungsprozess sowohl in Grossunternehmen und KMU verstehen und anwenden kreative, auf die Unternehmens- und Umweltsituation abgestimmte Visionen und Strategien konzeptionell entwickeln und auf deren Nachhaltigkeit überprüfen Strategie- und Innovationsprozesse mit den Prinzipien der Gestaltung von Veränderungsprozessen führen und umsetzen. <p>Sozialkompetenz: Die Studierenden können</p> <ul style="list-style-type: none"> kreative und wirksame Unternehmensstrategien im Team entwickeln strategische Zusammenhänge und Sachverhalten im Strategieprozess überzeugend einbringen und im Team gemeinsam reflektieren strategische Alternativen konstruktiv-kritisch diskutieren und gemeinsam weiterentwickeln. <p>Selbstkompetenz: Die Studierenden können</p> <ul style="list-style-type: none"> sich der eigenen Möglichkeiten im Strategieprozess als mittlere Führungskraft bewusst werden (d.h. Strategisches Management nicht nur als Aufgabe des Top Managements verstehen) und eine langfristige Stakeholder-Perspektive entwickeln sich der grossen Vielfalt an möglichen strategischen Positionierungen sowie der daraus entstehenden Komplexität in der Wirtschaftspraxis bewusst werden und im täglichen Beurteilen von Unternehmensstrategien berücksichtigen.

SPRO - Strategieprozess - MWB4002

Inhalt	<p>Lernblock 1:</p> <ul style="list-style-type: none">• Strategieprozesse im Überblick• rational-planerische vs. evolutionäre Strategieentwicklung• Module des Strategischen Managements im Überblick <p>Lernblock 2:</p> <ul style="list-style-type: none">• internationale Dimension des Strategieprozesses• Kernkompetenzen und Wettbewerbsvorteile• Wettbewerbsstrategie, Unternehmensstrategie <p>Lernblock 3:</p> <ul style="list-style-type: none">• Fallpräsentation und -besprechung Nr. 1-4 <p>Lernblock 4:</p> <ul style="list-style-type: none">• Fallpräsentation und -besprechung Nr. 5-8
Lehr- und Lernmethode	Lehrgespräch, Lehrvortrag, Gruppenarbeit, Fallstudie, angeleitetes Selbststudium, Selbststudium.
Fachliteratur	<p>Pflichtliteratur:</p> <p>Lombriser, R., Abplanalp, P. 2018 (7. Auflage): Strategisches Management. Zürich: Versus-Verlag</p> <p>Skripte mit diversen Fachtexten und Folien, Fallstudien</p>
Workload	90 Stunden
Kontaktstudium	Kontaktstudium: 27 (=36 Lektionen =2x2 Tage) Begleitetes Selbststudium: 23 Selbststudium: 40
Präsenzpflicht	1.-2. April 2022 3.-4. Juni 2022
Kompetenznachweis	Präsentation und schriftliche Arbeit während dem Semester Gewichtung: 40% Präsentationen, 40% Schriftliche Arbeit, mündliche 20% Gruppenbeiträge zu allen Fallbesprechungen

SPRO - Strategieprozess - MWB4002

Hilfsmittel bei schriftlicher Prüfung

-

Weiterführende, vertiefende Module

-

Bemerkung

Unterrichtssprache Deutsch (theoretische Beiträge und Fallstudien teilweise in englisch).

Das Modul kann als Wahlpflichtmodul von Masterstudierenden der Fachhochschule Bern belegt werden.

Es wird eine ausgeglichene Anmeldeverteilung auf die Studienstandorte angestrebt. Bei stark abweichenden Anmeldezahlen kann aus didaktischen Gründen eine Beschränkung festgelegt werden und eine Neuordnung zum Wahlpflichtmodul erfolgen. Die Umverteilung erfolgt auf Basis des Zeitpunkts der Anmeldeeingänge.

Studiengang, Semester

MSc Business Administration, 2021-2022, 4 FS, BB, Bern

VEFI - Venture & Growth Financing - MWB2013

ECTS	3
Unterrichtssprache	Deutsch
Modultyp	Pflichtmodul
Dozierende	Bächli Sandro, Längin Thomas
Modulverantwortung	Sandro Bächli, Thomas Längin
Kurzbeschreibung des Moduls	<p>In diesem Modul werden die nachfolgenden Inhalte für den im Modul DETH Design Thinking (1. Semester) festgelegten Live Case in Gruppen erarbeitet:</p> <p>Finanzplan für das Venture/Unternehmen (Plan-Erfolgsrechnung, -Bilanz, -Geldflussrechnung, Identifikation der Finanzierungslücke); und Bewertung des Ventures/Unternehmens mit der DCF-Methode (Entity und Equity Bewertung inkl. Bestimmung der Kapitalzinskosten)</p> <p>Die oben genannten Arbeitsergebnisse werden in adressatengerechter Form für potenzielle Investoren zusammen mit einem Finanzierungsvorschlag (Eigenkapital, Fremdkapital) aufbereitet und präsentiert.</p>
Eingangskompetenz	<ul style="list-style-type: none">• Fachkompetenzen: Grundlagen des Rechnungswesens und Finanzmanagements auf Bachelorniveau.• Ausserfachliche Kompetenzen: Analytische Skills, Umgang mit Komplexität, Fähigkeit, in Gruppen zu arbeiten, und Selbstmanagement.
Kompetenz	<p>Fachkompetenzen Die Studierenden:</p> <p>erstellen einen Finanzplan (Planerfolgsrechnung, Investitionsplan, Planbilanz und Plan-Geldflussrechnungen (insbesondere Free Cash-Flow)); zeigen die Finanzierungslücke auf; beschreiben das Verhalten von Kosten (fixe Kosten und variable Kosten); schätzen/berechnen das Beta der Unternehmung; berechnen die Kapitalkosten (EK, FK, und WACC); und führen eine Unternehmensbewertung mittels dem DCF-Modell durch (Entity- und Equity-Bewertung).</p> <p>Ausserfachliche Kompetenzen Die Studierenden:</p> <p>Erweitern ihre analytischen Skills; erlernen durch das Denken in Zusammenhängen Fähigkeiten im Umgang mit Komplexität; und üben im Rahmen des Moduls die Teamarbeit und das Selbstmanagement.</p>
Inhalt	<p>Dieses Modul ist eines von drei Modulen der Cycle-Phase Start-up and Growth Management. Zu dieser Phase des CBD-Cycle gehören die Module ENBC Entrepreneurship & Business Creation, VEFI Venture & Growth Financing und ELOG Entrepreneurial Leadership & Organizational Growth (alle 2. Semester). Alle Module basieren auf dem im 1. Semester im Modul DETH Design Thinking festgelegten Live-Case, der von den Studierendengruppen jeweils aus verschiedenen Perspektiven bearbeitet wird. Die Studierenden durchlaufen in den erwähnten Modulen den Gründungs- und Wachstumsprozess eines Unternehmens und schaffen für die Organisationen, von denen die Live-Cases stammen, gleichzeitig einen Mehrwert. Im Modul VEFI Venture & Growth Financing werden folgende Themen erarbeitet:</p> <p>Finanzplan für das Venture/Unternehmen (Plan-Erfolgsrechnung, -Bilanz, -Geldflussrechnung, Identifikation der Finanzierungslücke); und Bewertung des Ventures/Unternehmens mit der DCF-Methode (Entity und Equity Bewertung inkl. Bestimmung der Kapitalzinskosten).</p>

VEFI - Venture & Growth Financing - MWB2013

Lehr- und Lernmethode

- Inputreferate durch die Dozenten;
- durch die Dozenten betreutes arbeiten an den Live-Cases-Fallbeispielen (Coachings); und
- angeleitetes und autonomes Selbststudium.

Fachliteratur

Weiterführende Literatur (keine Pflichtliteratur):

Gianini, F.; Riniker, A.: Finanzbuchhaltung 4, Ergänzende Bereiche der Finanzbuchhaltung (Kapitel 2 und 3); Zürich, 2018.

Marcus A. Hauser und Ernesto Turnes: Unternehmensbewertung und Aktienanalyse

Jonathan Berk, Peter DeMarzo: Corporate Finance - The Core E4

Workload

90 Stunden

Kontaktstudium

28 Lektionen

Präsenzpflicht

Session 3 (Vorstellung und Benotung Finanzplan): mindestens 2 Studierende pro Gruppe.

Session 6 (Vorstellung und Benotung Unternehmensbewertung): mindestens 2 Studierende pro Gruppe.

Posterpräsentation: Alle Studierende.

VEFI - Venture & Growth Financing - MWB2013

Kompetenznachweis

Dieses Modul ist eines von drei Modulen der Cycle-Phase «Start-up and Growth Management». Zu dieser Phase des CBD-Cycle gehören die Module ENBC Entrepreneurship & Business Creation, VEGF Venture & Growth Financing und ELOG Entrepreneurial Leadership & Organizational Growth (alle 2. Semester). Alle Module basieren auf dem im 1. Semester im Modul DETH Design Thinking festgelegten Live-Case, der von den Studierendengruppen jeweils aus verschiedenen Perspektiven bearbeitet wird. Die Inhalte der Cycle-Module sind aufeinander abgestimmt, sodass die Studierenden Ergebnisse weiterverwenden können.

Die Studierenden durchlaufen in den erwähnten Modulen den Gründungs- und Wachstumsprozess eines Unternehmens und schaffen für die Organisationen hinter den Live-Cases gleichzeitig einen Mehrwert. Das didaktische Konzept kombiniert daher Fragestellungen aus der Praxis direkt mit den Lehrinhalten der gesamten Modulgruppe.

Die Kompetenznachweise der Cycle-Module basieren auf den Live-Cases. Form und Inhalte der Kompetenznachweise werden je Modul individuell festgelegt und können sich aus Teilkompetenznachweisen zusammensetzen, die über den Semesterverlauf hinweg erbracht werden. Die drei Kompetenznachweise werden somit unabhängig voneinander erbracht und eigenständig bewertet. Pro Modul wird eine separate Note ausgewiesen. Teil des Kompetenznachweises ist eine gemeinsame Abschlussveranstaltung, an denen die Studierenden Poster präsentieren (Posterpräsentation) und zu der auch die Live-Case-Partner*innen eingeladen werden. Die Poster behandeln Inhalte aus allen drei Modulen, wobei die Posterpräsentation in jedem Modul 30 % zum Kompetenznachweis beiträgt. In jedem Modul werden die inhaltlichen Vorhaben für den jeweiligen Posterteil individuell festgelegt. Die Dozierenden bewerten jeweils ausschliesslich ihren Teil des Posters.

Der Kompetenznachweis des Moduls besteht aus den Teil-Kompetenznachweisen:

- Finanzplan;
- Unternehmensbewertung; und
- Finanzteil der Posterpräsentation.

Die Modulschlussnote wird folgendermassen berechnet:

$0,35 \times \text{Note für den Finanzplan} + 0,35 \times \text{Note für die Unternehmensbewertung} + 0,3 \times \text{Note des Finanzteils der Posterpräsentation}$.

Die Noten der Teil-Kompetenznachweise werden auf ganze und halbe Noten gerundet.

Wiederholungsmodalitäten

Variante Wiederholung mit Ersatzleistung bei der Erstdurchführung:
Ist die Modulschlussnote ungenügend, so haben die Studierenden das Recht, alle ungenügenden Teil-Kompetenznachweise durch Ersatzleistungen zeitnah zu kompensieren. Die Ersatzleistungen werden durch die Dozierenden bestimmt. Ersatzleistungen sind nur für die ungenügenden Teil-Kompetenznachweise möglich. Die Noten der bestandenen Teil-Kompetenznachweise fliessen unverändert in die Modulschlussnote ein.

Variante Wiederholung bei der Folgedurchführung:
Bei der nächsten planmässigen Durchführung des Moduls werden alle Teil-Kompetenznachweise anhand eines neuen Cases neu erbracht.
Die bei der Erstdurchführung des Moduls bestandenen Teil-Kompetenznachweise können nicht eingebracht werden.

Weiterführende, vertiefende Module

- Modul COFM Corporate Financial Management: Funktionaler Schwerpunkt: Financial Business Development, Phasenbezogen: Business Development & Reinvention
- Modul FCMA Financial Crisis Management: Funktionaler Schwerpunkt: Financial Business Development, Phasenbezogen: Crisis & Turnaround Management

Studiengang, Semester

MSc Business Administration, 2021-2022, 2 FS, BB, Bern

WPP1 - Wissenschaftliches Praxisprojekt I - MWB2011

ECTS	6
Unterrichtssprache	Deutsch
Modultyp	Pflichtmodul
Dozierende	Endrissat Nada, Hietschold Nadine
Modulverantwortung	Nada Endrissat, Nadine Hietschold

Kurzbeschreibung des Moduls

- Die Studierenden führen selbstgesteuert und kollaborativ ein wissenschaftliches Praxisprojekt durch. Sie folgen dabei den Phasen eines typischen Forschungsprojektes, wobei sie Entscheidungen wissenschaftlich fundiert begründen, reflektieren und evaluieren. In Kolloquien präsentieren sie ausgewählte Fragestellungen und diskutieren sie kritisch im Plenum.
- Die Fragestellung wird in enger Kooperation mit den Instituten und der Abteilung des Departements Wirtschaft erarbeitet und hat sowohl einen starken Praxisfokus, als auch eine wissenschaftliche Relevanz.
- WPP1 dient der theoretischen Aufarbeitung (Forschungsfrage, Literaturanalyse, Theorielinse) der zu bearbeitenden Thematik sowie der Vorbereitung und Planung der Durchführung der wissenschaftlich-empirischen Studie für WPP2.

Eingangskompetenz

Module

- WAFM
- FOM1
- FOM2

Kompetenz

Fachkompetenz: Die Studierenden können

Praxis- und forschungsrelevante Fragestellungen im Team entwickeln und abgrenzen
ein Projekt entlang den Phasen eines typischen Forschungsprojektes begründen und reflektiert im Team planen

eine wissenschaftlich fundierte Forschungsarbeit im Team ausführen
projektspezifisches Fachwissen vertiefen
eine wissenschaftlich, theoretische Forschungsarbeit verfassen

Methodenkompetenz: Die Studierenden können

eine umfassende Literaturrecherche und -analyse zu einer spezifischen Fragestellung durchführen
ein passendes Forschungsdesign sowie adäquate Erhebungs- und Analysemethoden in der Gruppe wählen und konzipieren
eine spezifische Forschungsmethode anwenden

Sozialkompetenz: Die Studierenden können

im Team an einer wissenschaftlichen Problemstellung arbeiten
Inhalt und Design von Projekten kritisch aufbereiten, analysieren, reflektieren, präsentieren und diskutieren
die Kommunikation mit Betreuungspersonen und Modulverantwortlichen sicherstellen

Selbstkompetenz: Die Studierenden können

eigenes Handeln aufgrund von wissenschaftlichen Theorien reflektieren
reflexiv-ganzheitlich Denken
den Umgang mit Komplexität handhaben

WPP1 - Wissenschaftliches Praxisprojekt I - MWB2011

Inhalt

Entwicklung der Fragestellung

Fragestellungen im Austausch mit den Themengebern entwickeln und abgrenzen
eine konkrete Forschungsfrage formulieren

Literaturrecherche und -analyse

Kritische Auseinandersetzung (Suche, Analyse und Aufarbeitung) mit projektrelevanter wissenschaftlicher
Literatur

Eventuell wählen einer spezifischen Theorielinse und formulieren von Hypothesen

Erarbeiten einer Forschungsskizze

beinhaltet Relevanz der Themenstellung, Forschungsfrage, Theorielinse und Studiendesign
beinhaltet zudem Projektplanung, Inhaltsabgrenzungen und -aufarbeitungen, Gliederung

Methoden und Erhebungsinstrumente

Entwicklung des Studiendesigns (Wahl Methodik, Datenerhebungs- und Datenauswertungsverfahren)
Vorbereitung der Datenerhebung für WPP2

Forschungsarbeit

Erarbeitung/Ausgestaltung der theoretischen schriftlichen Arbeit

Lehr- und Lernmethode

- Selbständiges Arbeiten in Gruppen
 - Präsentation und Diskussion eigener Fragestellungen im Kolloquium
 - Erarbeiten einer Forschungsskizze
 - (Voraussetzung zur Erarbeitung der theoretischen Forschungsarbeit)
 - Erarbeitung einer theoretischen Forschungsarbeit (WPP1-Arbeit) (Diese beinhaltet einerseits eine fundierte Theorieaufarbeitung und andererseits ein Konzept eines empirischen Forschungsdesigns vor dem Hintergrund des gewählten Themenkomplexes für WPP2)
 - Begleitung durch Betreuungsperson und Modulverantwortliche
-

WPP1 - Wissenschaftliches Praxisprojekt I - MWB2011

Fachliteratur

Die Literatur aus den drei Kursen FOM1, FOM2 und WAFM dient als methodische Grundlage des wissenschaftlichen Arbeitens.

Baur N, Blasius J (Hrsg.), 2014. Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung (2014. Aufl.). Springer Fachmedien Wiesbaden, Wiesbaden.

Empfohlen für die jeweils gruppenspezifisch zu bearbeitenden WPP-Projekte:

projektspezifische Literatur
eigene Recherchen der Studierenden
ggf. (erste) Hinweise durch Betreuungspersonen und Modulverantwortliche

Wissenschaftliches Arbeiten, Statistik, Fragebogenkonstruktion etc.:

Diekmann, A. (2014): Empirische Sozialforschung : Grundlagen, Methoden, Anwendungen, 9. Aufl. (Vollst. überarb. und erw. Neuausg), Reinbek bei Hamburg: Rowohlt-Taschenbuch-Verl.
Flick, U. (2014): Qualitative Sozialforschung: Eine Einführung, 6. Aufl., Reinbek bei Hamburg: Rowohlt-Taschenbuch-Verl.
Döring, N./Bortz, J. (2016): Forschungsmethoden und Evaluation: in den Sozial- und Humanwissenschaften, 5. Aufl., Heidelberg: Springer.
Mayring, P. (2015): Qualitative Inhaltsanalyse: Grundlagen und Techniken, 12. Aufl., Weinheim u.a.: Beltz.
Gläser, J./Laude, G. (2010): Experteninterviews und qualitative Inhaltsanalyse als Instrumente rekonstruierender Untersuchungen, 4. Aufl., Wiesbaden: VS.
Silverman, David (2016). Qualitative Research, London: Sage.
Bühner, M. (2011): Einführung in die Test- und Fragebogenkonstruktion, 3. Aufl., München: Pearson.
Backhaus, K./Erichson, B./Plinke, W./Weiber, R. (2011): Multivariate Analysemethoden: Eine anwendungsorientierte Einführung, 13. Aufl., Berlin: Springer.
Backhaus, K./Erichson, B./Weiber, R. (2015): Fortgeschrittene Multivariate Analysemethoden: Eine anwendungsorientierte Einführung, 3. Aufl., Berlin: Springer.

Workload

180h

Kontaktstudium

Workshops und Kolloquien mit den Modulverantwortlichen, Individualcoachings mit den Betreuungspersonen aus den Instituten

Präsenzpflicht

80%, Termine für Individualcoaching

Kompetenznachweis

100% schriftliche Arbeit bewertet durch Betreuungsperson

Hilfsmittel bei schriftlicher Prüfung

-

WPP1 - Wissenschaftliches Praxisprojekt I - MWB2011

Wiederholungsmodalitäten

- Ist die Prüfung (schriftliche Arbeit) des Moduls WPP1 nicht bestanden, so kann keine zeitnahe Prüfungswiederholung angeboten werden.
 - Es ist eine gleichwertige Prüfung (schriftliche Arbeit) abzulegen, welche über ein Semester zu erarbeiten ist. Die zu wiederholende Prüfung ist dabei entweder im nächsten Semester (3. Semester) oder im übernächsten Semester (4. Semester) zu realisieren.
 - Abweichungen hiervon sind mit den Modulverantwortlichen und der Betreuungsperson zu klären. Alle Modalitäten der Wiederholungsprüfung werden durch die Modulverantwortlichen in Abstimmung mit der Betreuungsperson der Arbeit geregelt.
-

Weiterführende, vertiefende Module

- Wissenschaftliches Praxisprojekt 2 (WPP2)
 - Master-Thesis (MATH)
-

Bemerkung

Die Studierenden erarbeiten in einem zweistufigen Verfahren sowohl
1.eine Forschungsskizze (Beginn des Semesters), als auch
2.eine Forschungsarbeit (WPP1-Arbeit, Ende des Semesters)

Die Forschungsarbeit beinhaltet

eine umfassende, auf die Fragstellung ausgerichtete, Aufarbeitung und kritische Diskussion sowie Reflexion der relevanten Literatur (Bücher, Fachzeitschriften, Journals, Konferenzbeiträge u. ä.). Gleichermassen wird das geplante empirische Forschungsdesign zur Umsetzung im Modul WPP2 dargestellt. Als Kompetenznachweis für das Modul gilt die Forschungsarbeit (WPP1-Arbeit).

Die Forschungsskizze und die Forschungsarbeit müssen von der/dem verantwortlichen Betreuungsperson bewilligt werden, bevor weitere Schritte (der Umsetzung bzw. Realisierung) unternommen werden dürfen.

Studiengang, Semester

MSc Business Administration, 2021-2022, 2 FS, BB, Bern
