

## AWFC - Aufbau & Wachstum: Finanzen und Controlling - MWB2008

<b>ECTS</b>	3
<b>Unterrichtssprache</b>	Deutsch
<b>Modultyp</b>	Pflichtmodul
<b>Dozierende</b>	Bächli Sandro
<b>Modulverantwortung</b>	Prof. Dr. Sandro Bächli
<b>Kurzbeschreibung des Moduls</b>	Finanzielle Herausforderungen in der Phase Aufbau und Wachstum kennen, verstehen, vergleichen, reflektieren und anwenden
<b>Eingangskompetenz</b>	-
<b>Kompetenz</b>	<p><b>Fachkompetenz:</b> Die Studierenden können</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Finanzierungsalternativen in der Aufbau- und Wachstumsphase verstehen und differenzieren</li><li>- Arten der Beteiligungs- und Fremdkapitalfinanzierung erkennen und beurteilen</li><li>- Liquiditätsplanung und Cash Management implementieren und anwenden</li></ul> <p><b>Methodenkompetenz:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Verstehen und anwenden von finanzwirtschaftlichen Ansätzen und Instrumenten in der Phase Aufbau und Wachstum</li></ul> <p><b>Sozialkompetenz:</b> Die Studierenden können</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Die Problemlösungskompetenzen anhand konkreter Beispiele weiter ausbauen</li><li>- sich in Situationen hineinversetzen und Entscheidungen anwendungsorientiert fällen</li><li>- ihre Kommunikationsfähigkeiten durch Interaktion und Teamarbeit fördern</li></ul> <p><b>Selbstkompetenz:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Lernen, selbstkritisch über Resultate und Theorien zu reflektieren</li><li>- Förderung einer konstruktiven Haltung</li></ul>

## AWFC - Aufbau & Wachstum: Finanzen und Controlling - MWB2008

<b>Inhalt</b>	<p>Einführung: - Kapitalzinsen und Zeitwert des Geldes</p> <p>Finanzierungsarten und -ziele: - Kennzahlen, finanzwirtschaftliche Ziele, Kapitalstrukturpolitik</p> <p>Liquiditätsplanung und Plan-Geldflussrechnung: - Cash Management im Unternehmen</p> <p>Finanzierung mit Eigenkapital: - Venture Capital, Private Equity, Börsengang (IPO), Kapitalerhöhung, Dividendenzahlung</p> <p>Finanzierung mit Fremdkapital: - Arten von Fremdkapital, Kredite und Covenants, Kreditkalkulationen</p> <p>Finanzierung mit Mezzanine-Kapital - Merkmale von Mezzanine-Kapital, Terminologie und Preisbestimmungsfaktoren von Wandelanleihen</p>
<b>Lehr- und Lernmethode</b>	Lehrgespräch, Übungsaufgaben, Präsentation, Teamarbeit, Selbststudium
<b>Fachliteratur</b>	<p>Handouts, Reader-Artikel, Übungsaufgaben</p> <p>Fakultative Literatur:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Brealey, R. / Myers, S. / Allen, F.: "Principles of Corporate Finance"</li> <li>• Volkart, R.: "Corporate Finance"</li> <li>• Boemle, M. / Stolz, C.: "Unternehmensfinanzierung"</li> <li>• Leimgruber, J. / Prochinig, U.: "Das Rechnungswesen als Führungsinstrument"</li> </ul>
<b>Workload</b>	90 Stunden
<b>Kontaktstudium</b>	28 Lektionen
<b>Präsenzpflicht</b>	Keine
<b>Kompetenznachweis</b>	Schriftliche Prüfung am Ende des Semesters (während den offiziellen Prüfungswochen), 60 Minuten, 100%
<b>Hilfsmittel bei schriftlicher Prüfung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wörterbuch <i>Muttersprache - Sprache Kompetenznachweis</i></li> <li>• BFH-Taschenrechner TI-30 ECO RS / anderer Taschenrechner gemäss Hilfsmittelregelung</li> <li>• Zusammenfassung - 1 A4-Blatt doppelseitig (2 Blätter einseitig)</li> </ul>
<b>Weiterführende, vertiefende Module</b>	Module RSFC und KTFC

## AWFC - Aufbau & Wachstum: Finanzen und Controlling - MWB2008

### Bemerkung

Die Wiederholungsprüfung kann in einer anderen Form stattfinden als die zum Haupttermin durchgeführte Prüfungsart. Das genaue Setting wird in diesem Fall nach der Anmeldung für die Wiederholungsprüfung von den Dozierenden kommuniziert.

Für Details zu den Hilfsmitteln siehe aktuelle <<Weisung zu den Kompetenznachweisen>> auf Moodle.

---

### Studiengang, Semester

MSc Business Administration, 2020-2021, 2 FS, BB, Bern

---

## AWOP - Aufbau & Wachstum: Organisation und Personal - MWB2009

<b>ECTS</b>	3
<b>Unterrichtssprache</b>	Deutsch
<b>Modultyp</b>	Pflichtmodul
<b>Dozierende</b>	Schellinger Jochen
<b>Modulverantwortung</b>	Prof. Dr. Jochen Schellinger
<b>Kurzbeschreibung des Moduls</b>	<p>Organisation ist in der Aufbau- und Wachstumsphase eines Unternehmens wichtig, da eine zur Unternehmensstrategie passende Struktur und passende Prozessabläufe massgeblich für den Unternehmenserfolg sind. Darüber hinaus ist Personal(management), bzw. Human Resource Management (HRM), von hoher Bedeutung, da nur mit der und über die Resource "Personal" die anderen Ressourcen des Unternehmens erschlossen werden können.</p> <p>In der Lehrveranstaltung "Aufbau &amp; Wachstum: Organisation und Personal - AWOP" lernen die Studierenden, die Umfeldbedingungen (gesellschaftlich, wirtschaftlich etc.) und Netzwerk-, bzw. organisationalen Bedingungen von Gründungs- und Wachstumsunternehmen sowie ihre Ausprägungen, zu erkennen. Sie lernen, diese in die Strategie einzubeziehen. Für die daraus resultierenden Anforderungen an die Gestaltung von Organisationsstrukturen und von Personalprozessen sind sie sensibilisiert und methodisch gerüstet.</p> <p>Der Kurs behandelt dabei schwerpunktmäßig folgende Aspekte:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• "Frühe" Organisationsentwicklung: Zunächst wird der Prozess der Organisationsentstehung über die Etappen Netzwerk-Kooperation-Organisation behandelt. Organisationen entstehen aus sozialen Beziehungen. Dieser Teil führt in Grundlagen und Techniken des Netzwerk-, Kooperations- und frühen Organisationsmanagements ein.</li> <li>• Gestaltung "weicher" Strukturen: Gründungen vollziehen sich zumeist im Kontext einer interaktionsintensiven Kooperation, die oft expansiven Charakter hat und Formalisierungsprozesse zur Folge hat (Hervortreten von Abteilungen, formalen Rollen, Ausdifferenzierung von Weisungen &amp; Autoritäten, Aufstiegs-/Karrierepfade). Hierfür werden spezifische Gestaltungstechniken und -aspekte behandelt. Hierzu gehört auch eine eingehende Auseinandersetzung mit unternehmerischen Führungsperspektiven in der Gründungsphase (Entrepreneurial Leadership).</li> <li>• Schliesslich werden typische Handlungsbedarfe im Human Resource Management von Gründungs- und Wachstumsunternehmen angesprochen (z.B. in den Bereichen Sense-Making, Personalrekrutierung, Arbeitszeitgestaltung, Personalentwicklung inkl. Kompetenzaufbau, und Personalbindung durch Commitment) und hierfür Gestaltungslösungen aufgezeigt.</li> </ul>
<b>Eingangskompetenz</b>	Keine spezifischen Voraussetzungen

## AWOP - Aufbau & Wachstum: Organisation und Personal - MWB2009

### Kompetenz

#### **Fachkompetenz:**

Kenntnis der typischen Phasen von Gründungs- und Wachstumsprozessen, Typik und Gestaltungsanforderungen weicher, fluider Organisationsstrukturen, Herausforderungen und Lösungsansätzen im Bereich des HR-Managements.

#### **Methodenkompetenz:**

Kenntnis & Umgangserfahrung relevanter Analyse-, Gestaltungs- und Bewertungstechniken/-verfahren.

#### **Sozialkompetenz:**

Insbesondere Kenntnis und Sensibilität für spezifische Herausforderungen der Personal- und Organisationsentwicklung im Aufbau-/Wachstumsprozess; Fähigkeit der Analyse und Lösungsentwicklung allein und in der Gruppe.

#### **Selbstkompetenz:**

Selbstständigkeit inkl. Reflexionsfähigkeit, Kritikfähigkeit, Selbstvertrauen, Zuverlässigkeit, Verantwortungs- und Pflichtbewusstsein.

### Inhalt

**Lernblock 1 - Gründung und Aufbau I:** Gründungsphase (Grundprobleme im Kontext); Theorie und Empirie des Gründungsmanagements und des Unternehmertums; Personale Dimension: Die Gründer.

**Lernblock 2 - Gründung und Aufbau II:** Von der Gründerpersönlichkeit zum Entrepreneurial Leadership; HR-Management in jungen Unternehmen.

**Lernblock 3 - Wachstumsmanagement I:** Herausforderungen und Entwicklungsdynamiken junger/wachsender Unternehmen.

**Lernblock 4 - Wachstumsmanagement II:** Führung und Organisation im Wachstumsprozess; Unternehmenskooperationen und Netzwerke.

**Lernblock 5 - Wachstumsmanagement III:** HR-Management im Wachstumsprozess; Karriere- und Retention-Management.

**Lernblock 6 - Blick in die Unternehmenspraxis:** Organisatorische und personalbezogene Fragestellungen in jungen/wachsenden Unternehmen.

### Lehr- und Lernmethode

Vorlesung, Beispiele aus der Praxis / Fallstudien, Gruppenarbeiten, Videos, Gastreferate, Selbststudium.

Je nach externen Rahmensetzungen, können Teile oder die ganze Lehrveranstaltung auch online durchgeführt werden.

### Fachliteratur

Slides zu den Kursblöcken, sowie der Reader mit Literaturangaben, werden auf Moodle hinterlegt. Pflichtliteratur und freiwillige Literatur werden gesondert gekennzeichnet. Eine Buchanschaffung ist nicht erforderlich.

### Workload

90 Stunden

### Kontaktstudium

28 Lektionen

## AWOP - Aufbau & Wachstum: Organisation und Personal - MWB2009

<b>Präsenzpflicht</b>	Bei der Lehrveranstaltung sind Gastreferate vorgesehen, bei denen eine Teilnahme obligatorisch ist. Die Termine werden in der ersten Lehrveranstaltung kommuniziert.
<b>Kompetenznachweis</b>	Schriftliche Prüfung am Ende des Semesters (closed book); 90 Minuten; 100% (keine Teilkompetenznachweise). Je nach externen Rahmenseetzungen kann die Klausur auch online durchgeführt werden.
<b>Hilfsmittel bei schriftlicher Prüfung</b>	Wörterbuch <i>Muttersprache - Sprache Kompetenznachweis</i> BFH-Taschenrechner
<b>Weiterführende, vertiefende Module</b>	Reife & Sättigung: Organisation und Personal - RSOP (3. Studiensemester). Krise & Turnaround: Organisation und Personal - KTOP (3. Studiensemester).
<b>Bemerkung</b>	Die Wiederholungsprüfung kann in einer anderen Form stattfinden als die zum Haupttermin durchgeführte Prüfungsart. Das genaue Setting wird in diesem Fall nach der Anmeldung für die Wiederholungsprüfung von den Dozierenden kommuniziert.  Für Details zu den Hilfsmitteln siehe aktuelle <<Weisung zu den Kompetenznachweisen>> auf Moodle.
<b>Studiengang, Semester</b>	MSc Business Administration, 2020-2021, 2 FS, BB, Bern

## AWSM - Aufbau & Wachstum: Strategie und Marketing - MWB2007

<b>ECTS</b>	3
<b>Unterrichtssprache</b>	Deutsch
<b>Modultyp</b>	Pflichtmodul
<b>Dozierende</b>	Rumo Etienne
<b>Modulverantwortung</b>	Dr. Etienne J. Rumo
<b>Kurzbeschreibung des Moduls</b>	<p>Die Startphase und die Wachstumsphase sind für Unternehmen entscheidend, da viele Unternehmen bereits in der Startphase "sterben" oder die erste Expansionsphase/Wachstumsphase wegen wichtiger Fehler nicht erfolgreich bewältigen können. Der Kurs vermittelt den Studierenden die wichtigsten Schlüsselaspekte, auf die es bei einem Aufbau und in der ersten Wachstumsphase eines Unternehmens im Bereich Strategie, Marketing und Sales ankommt, wobei der Vernetzung zu den Finanzen und zu organisatorischen und personalbezogenen Herausforderungen entsprechend Rechnung getragen wird. Wichtig ist es, dass alle Studierenden erkennen, wie die Herausforderungen in der Start- und Wachstumsphase eines Unternehmens auf der Basis von konkreten Beispielen erfolgreich bewältigt werden können.</p>
<b>Eingangskompetenz</b>	-
<b>Kompetenz</b>	<p><b>Fachkompetenz:</b> Die Studierenden können</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Businessmodelle in der Aufbau- und Wachstumsphase verstehen.</li><li>• das notwendige Know How zum Vertriebsauf- und -ausbau in der Start- und Wachstumsphase (inkl. Channels) vorweisen.</li><li>• wichtige Aspekte des Guerilla-Marketings verstehen.</li><li>• Sonderaspekte in der Start- und Wachstumsphase zur Internationalisierung, zum Pricing und zur Innovation erkennen und hieraus Konsequenzen ableiten.</li><li>• Wechselwirkungen zwischen Strategie, Marketing und Salesaktivitäten sowie mit anderen internen Handlungsfeldern erkennen, und sind für diese Vernetzungen sensibilisiert.</li></ul> <p><b>Methodenkompetenz:</b> Die Studierenden können</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• die Methoden zum Aufbau und Ausbau von Unternehmen einordnen und inhaltlich nachvollziehen.</li><li>• das Methoden-Know How auf konkrete Unternehmenssituationen anwenden.</li></ul> <p><b>Sozialkompetenz:</b> Die Studierenden können</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• ihre Teamkompetenzen im Rahmen von konkreten Problembearbeitungen ausbauen.</li><li>• ihre Präsentationsfähigkeiten hinsichtlich Problemlösungen optimieren.</li></ul> <p><b>Selbstkompetenz:</b> Die Studierenden können</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• ihre situative Handlungskompetenz verbessern und persönliche Herausforderungen in der Aufbau- und Wachstumsphase erkennen.</li></ul>

## AWSM - Aufbau & Wachstum: Strategie und Marketing - MWB2007

<b>Inhalt</b>	<p><b>Lernblock 1:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Businessmodelle und Businessplan</li> <li>• Erfolgreiche/weniger erfolgreiche Unternehmer</li> <li>• Inhalt und Gestaltung von Businessmodellen in der Aufbau- und in der Wachstumsphase</li> <li>• Herausforderungen an Unternehmen in der Aufbau- und Wachstumsphase</li> <li>• Schwerpunkte von Businessplänen in der Aufbau- und Wachstumsphase</li> <li>• Markteintritts- und Wachstumsstrategie</li> </ul> <p><b>Lernblock 2:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vertrieb und Akquisition in der Aufbau- und Wachstumsphase</li> <li>• Aufbau Vertrieb in der Startphase</li> <li>• Akquisition und selektiver Aufbau von Pilotkunden und Key Accounts</li> <li>• Key Player-Selektion in der Aufbau- und Wachstumsphase</li> <li>• Strategisches/politisches Verkaufen von Projekten</li> <li>• Bedeutung des KAM und der Kundenbindung in der Aufbau- und Wachstumsphase</li> <li>• Möglichkeiten und Grenzen der Internationalisierung in der Aufbau- und Wachstumsphase</li> <li>• Kooperationen (Lizenzen, Franchisenehmer, Vertretungen)</li> </ul> <p><b>Lernblock 3:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Marketing/Kommunikation und Pricing in der Aufbau- und Wachstumsphase</li> <li>• Wichtigste Aspekte der Kommunikation in der Aufbau- und Wachstumsphase</li> <li>• Gezielte Aktivitäten im Guerilla-Marketing</li> <li>• Know How Auf- und Ausbau im Marketing und Sales</li> <li>• Pricing Strategien in den nationalen und internationalen Märkten</li> <li>• Wichtige Aspekte der IPR in der Aufbau- und Wachstumsphase (intellectual property rights)</li> </ul>
<b>Lehr- und Lernmethode</b>	Selbststudium, Lehrgespräche, Gruppenarbeiten, Praxisreports/Fallstudien (Beispiele), Gastreferate
<b>Fachliteratur</b>	<p>- Slides zu den Kursblöcken (Handout) - wird auf Moodle hinterlegt.</p> <p>- Reader mit Literaturbeiträgen - wird auf Moodle hinterlegt.</p> <p>- Detailliertere Literaturangaben sind bei den Schlussfolien der einzelnen Unterrichtseinheiten aufgeführt bzw. im Reader enthalten.</p>
<b>Workload</b>	90 Stunden
<b>Kontaktstudium</b>	28 Lektionen
<b>Präsenzpflicht</b>	In der Lehrveranstaltung sind Gastreferate vorgesehen, bei denen eine Teilnahme und eine Betriebsvisite (extern) obligatorisch ist. Die Termine werden in der ersten Lehrveranstaltung kommuniziert.
<b>Kompetenznachweis</b>	Schriftliche Prüfung am Ende des Semesters (KW 26/27); 90 Minuten; 100 %, closed book
<b>Hilfsmittel bei schriftlicher Prüfung</b>	Wörterbuch <i>Muttersprache - Sprache Kompetenznachweis</i> BFH-Taschenrechner, closed book



## **AWSM - Aufbau & Wachstum: Strategie und Marketing - MWB2007**

### **Bemerkung**

Das Vermitteln, resp. die Wiederholung von Grundlagen-Know How wird auf ein Minimum reduziert. Im Fokus stehen spezifische Aspekte in der Aufbau- und Wachstumsphase. Das Basis-Know How im Marketing und Vertrieb sowie im Bereich Strategie wird vorausgesetzt.

Die Wiederholungsprüfung kann in einer anderen Form stattfinden als die zum Haupttermin durchgeführte Prüfungsart. Das genaue Setting wird in diesem Fall nach der Anmeldung für die Wiederholungsprüfung von den Dozierenden kommuniziert.

Für Details zu den Hilfsmitteln siehe aktuelle <<Weisung zu den Kompetenznachweisen>> auf Moodle.

---

### **Studiengang, Semester**

MSc Business Administration, 2020-2021, 2 FS, BB, Bern

---

## INIM - Internationales Integrationsmodul - MWB4004

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

<b>Kurzbeschreibung des Moduls</b>	<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"><li>1. Destination Asien (organisiert und durchgeführt von der FHS St.Gallen)</li><li>2. Destination Europa (organisiert und durchgeführt von der BFH Bern)</li></ol> <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

<b>Fachliteratur</b>	Ein Reader mit relevanter Literatur wird elektronisch auf Moodle zur Verfügung gestellt.
<b>Workload</b>	90 Stunden
<b>Kontaktstudium</b>	Kontaktstudium: 50 Stunden  Begleitetes Selbststudium: 30 Stunden  Selbststudium: 20 Stunden
<b>Präsenzpflicht</b>	<b>Europa (Prag):</b> Vorbereitungstag: Freitag, 26.02.2021 in Bern Studienreise: 21.03.-27.03.2021 in Prag Nachbereitungstag: Samstag, 01.05.2021 in Bern  <b>Asien (HongKong):</b> Vorbereitungstag: Freitag, 26.02.2021 in St.Gallen Studienreise: 21.3.-27.3.2021 in HKG (Verlängerungswoche 28.3.-5.4.2021) Nachbereitungstag: Samstag, 01.05.2021 in St.Gallen
<b>Kompetenznachweis</b>	Business Präsentation und Executive Summary am Nachbereitungstag
<b>Bemerkung</b>	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 2021 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.)
<b>Studiengang, Semester</b>	MSc Business Administration, 2021-2022, 4 FS, BB, Bern MSc Business Administration, 2020-2021, 4 FS, BB, Bern

## MATH - Masterthesis - MWB4005

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

## 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**

Gewichtung

- Schriftliche Arbeit 75%
- Mündliche Präsentation 25%

Die Masterthesis gilt nur als bestanden, wenn sowohl schriftliche Arbeit wie mündliche Präsentation mit mind. Note 4.0 bewertet werden.

Voraussetzung für die mündliche Präsentation ist eine Bewertung der schriftlichen Arbeit mit mind. der Note 4.0.

**Hilfsmittel bei schriftlicher Prüfung** -

**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, 2020-2021, 4 FS, BB, Bern  
MSc Wirtschaftsinformatik, 2021-2022, 4 FS, BB, Bern  
MSc Business Administration, 2021-2022, 4 FS, BB, Bern

## RSSM - Reife & Sättigung: Strategie und Marketing - MWB2006

<b>ECTS</b>	3
<b>Unterrichtssprache</b>	Deutsch
<b>Modultyp</b>	Pflichtmodul
<b>Dozierende</b>	Rumo Etienne
<b>Modulverantwortung</b>	Dr. Etienne J. Rumo
<b>Kurzbeschreibung des Moduls</b>	<p>Ausgehend von den Wettbewerbsbedingungen und typischen organisationalen Strukturen in reifen Märkten wird in diesem Modul aufgezeigt, welche strategischen Herausforderungen sich einem Unternehmen in dieser Situation stellen. Für ausgewählte Themen werden die strategischen Dimensionen und typische Problemlösungsverfahren thematisiert. Die Studierenden lernen das Instrumentarium an Strategien zur Modifikation des Marktes, des Produktes und ausgewählter Instrumente des Marketingmix kennen. Beispiele aus der Praxis stellen die Anwendung des Gelernten sicher und helfen, den Stoff anzuwenden.</p>
<b>Eingangskompetenz</b>	-
<b>Kompetenz</b>	<p><b>Fachkompetenz:</b> Die Studierenden können</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die strategischen Herausforderungen für ein Unternehmen in reifen und gesättigten Märkten erkennen und entsprechende Massnahmen für spezifische Unternehmen daraus ableiten</li> <li>• verstehen, wie die Leistungen eines Unternehmens gemanagt werden können</li> <li>• für reife und gesättigte Märkte verstehen, welche Bedeutung den Marken eines Unternehmens zukommt und wie diese effizient auf den Märkten geführt werden können</li> <li>• die Bedeutung von Produktmanagement, Distributions- und Vertriebsmanagement sowie der Marketingkommunikation verstehen. Sie sind in der Lage entsprechend Konzepte zu begleiten und zu erarbeiten.</li> </ul> <p><b>Methodenkompetenz:</b> Die Studierenden können</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• für die thematisierten Fachbereiche die gängigen Verfahren auswählen und anwenden</li> <li>• für praktische Situationen Verfahren auf Effizienz und Effektivität hin überprüfen und entsprechende Vorschläge machen</li> <li>• Teilstrategien erarbeiten und entsprechende Massnahmen/Projekte beim Top-Management beantragen.</li> </ul> <p><b>Sozialkompetenz:</b> Die Studierenden können</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Situationsbeurteilungen im Team vornehmen und zu einer einheitlichen Einschätzung gelangen.</li> <li>• ihre eigene Einschätzung und Meinung sachlich vertreten, ohne auf dem eigenen Standpunkt beharren zu müssen.</li> <li>• den Wert der Teamarbeit bei der Erarbeitung von Strategien und Konzepten erkennen.</li> <li>• gemeinsam ein Konzept erarbeiten und gemeinsame Entscheidungen gegenüber dritten vertreten.</li> </ul> <p><b>Selbstkompetenz:</b> Die Studierenden können</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• aus einer Vielzahl von Materialien die für sie persönlich wichtigen Erkenntnisse ziehen.</li> <li>• den Transfer von der Theorie in die eigene unternehmerische Praxis vollziehen.</li> <li>• eigene (Wissens-)Defizite erkennen und gezielt schliessen</li> <li>• bezüglich Strategien und den ausgewählten Management-Themen ihre eigenen Positionen kritisch hinterfragen.</li> </ul>



## RSSM - Reife & Sättigung: Strategie und Marketing - MWB2006

### Inhalt

#### **Lernblock:** Marketing und Markenführung in reifen / gesättigten Märkten

- Überblick Lebenszyklus mit Fokus auf reife und gesättigte Märkte
- Markenmanagement in reifen und gesättigten Märkten
- Herausforderungen für das strategische Marketing in der Phase der Reife/Sättigung
- Identifikation von konkreten Stellhebeln (Produktmanagement, Distributionsmanagement, Vertriebsmanagement /
- Sales Force Management,
- Kommunikationsmanagement)
- Wertangebote, Kundenzufriedenheit, Kundenbindung und Beziehungsmanagement

#### **Lernblock:** Produktmanagement mit Fokus auf die Markenführung

- Markenidentität
- Differenzierung / Positionierung
- Markenerosionen
- Markendehnung
- Markenarchitektur
- Produktadaptionen / Produktmodifikationen / Relaunches
- Ausgewählte Fragen des Service-Management

#### **Lernblock:** Distributionsmanagement - Distributionsänderungen

- Distributionsentscheidungen in reifen/gesättigten Märkten
- Verbesserung bestehender Absatzkanäle / Category Management
- Erweiterung der Distributionspunkte und Erschliessen neuer Distributionskanäle
- Multi-Channel-Management
- Omnichannel-Management
- Online-Vetrieb

#### **Lernblock:** Vertriebsmanagement / Sales Force Management

- Veränderungen im Rahmen des Vertriebsmanagement und Sales Force Management
- KAM / Customer Development Management
- CRM / Kundenbindung
- Vertriebscontrolling

#### **Lernblock:** Kommunikationsmanagement - Social Media Marketingkommunikation

- Bedeutung integrierter Kommunikation in reifen / gesättigten Märkten
- Kommunikationsplanung
- langfristige Investments in die Kommunikation vs. kurzfristige Preis-Promotionen
- Integration von Social Media
- Trends in der Kommunikation - Medienwandel
- Integrierte SMM Kommunikation (Social Media Tools, Konzeption von Social Media Marketingkommunikation)

Im Rahmen einer bis zum Beginn des FS15 noch fortlaufenden Modulergänzung/-überarbeitung werden voraussichtlich noch weitere Themenfelder hinzukommen, resp. wird die angeführte Lernblockstruktur noch leicht modifiziert.

---

### Lehr- und Lernmethode

- Lehrvorträge
  - Gruppenarbeiten, welche im Rahmen der Unterrichtsveranstaltungen zu bearbeiten und zu präsentieren sind
  - Zu Beginn der jeweiligen Lehrveranstaltungen ab Block 2: kurze Rekapitulation der Inhalte vom letzten Mal und Praxistransfer der Theorie auf ein Unternehmen, präsentiert durch eine Gruppe von Studierenden
-

## RSSM - Reife & Sättigung: Strategie und Marketing - MWB2006

<b>Fachliteratur</b>	Literatur gemäss Literaturliste/Reader
<b>Workload</b>	60 Stunden
<b>Kontaktstudium</b>	28 Lektionen
<b>Präsenzpflicht</b>	Es werden mehrere Referate von Unternehmer stattfinden. Für diese Referate besteht eine Präsenzpflicht. Die genauen Daten in Bezug auf diese Referate erhalten die Studierenden zu Beginn des Moduls.
<b>Kompetenznachweis</b>	Schriftliche Prüfung am Ende des Semesters (KW 26/27), 90 min., 100%, closed book Ein "erfüllt" in der Präsentation ist Voraussetzung für die Zulassung zur schriftlichen Prüfung (siehe auch unter "Bemerkungen").
<b>Hilfsmittel bei schriftlicher Prüfung</b>	Wörterbuch <i>Muttersprache - Sprache Kompetenznachweis</i> BFH-Taschenrechner
<b>Weiterführende, vertiefende Module</b>	Modul KTSM (strategische und marktbezogene Herausforderungen in Krisen- und Turnaround-Situationen)
<b>Bemerkung</b>	<p>Leistungsbewertung:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Präsentationen während Semester (0% der Kursnote; "erfüllt" als Zulassungsvoraussetzung für die schriftliche Prüfung, d.h. bei einer Präsentation, die mit "nicht erfüllt" bewertet wurde, wird der ganze Kurs mit der Note 1 bewertet).</li><li>• Schriftliche Prüfung (100% der Kursnote), closed book</li></ul> <p>Für Details zu den Hilfsmitteln siehe aktuelle "Weisung zu den Kompetenznachweisen" auf Moodle.</p> <p>Wiederholungsprüfung: Bei Nichtbestehen des Moduls ist für die Wiederholungsprüfung nur der Teil "schriftliche Prüfung" zu wiederholen, sofern der Teilleistungsnachweis "Präsentation" mit "erfüllt" bewertet wurde und die Wiederholung unmittelbar zum darauffolgenden Nachholtermin stattfindet (i.d.R. erster Wiederholungsversuch).</p> <p>Erfolgt die Wiederholungsprüfung zu einem späteren Zeitpunkt, so sind beide Leistungsbestandteile "Präsentation" und "schriftliche Prüfung" im Rahmen der Folgedurchführung erneut zu erbringen.</p> <p>Bei einer Präsentation, die mit "nicht erfüllt" bewertet wurde, ist die Form der Wiederholung mit dem Dozenten individuell festzulegen (Nachbesserung oder neue Präsentation).</p> <p>Die Wiederholung der schriftlichen Prüfung muss auf jeden Fall geleistet werden. Die Wiederholungsprüfung kann jedoch in einer anderen Form stattfinden als die zum Haupttermin durchgeführte Prüfungsart. Das genaue Setting wird in diesem Fall nach der Anmeldung für die Wiederholungsprüfung von den Dozierenden kommuniziert.</p>
<b>Studiengang, Semester</b>	MSc Business Administration, 2020-2021, 2 FS, BB, Bern

## **RSSM - Reife & Sättigung: Strategie und Marketing - MWB2006**

## SIMP - Strategieimplementierung - MWB4006

<b>ECTS</b>	3
<b>Unterrichtssprache</b>	Deutsch
<b>Modultyp</b>	Wahlpflichtmodul
<b>Dozierende</b>	Noppeney Claus, Schmid Alexander
<b>Modulverantwortung</b>	Prof. Dr. Claus Noppeney / Prof. Dr. Alexander Schmid
<b>Kurzbeschreibung des Moduls</b>	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 re
<b>Eingangskompetenz</b>	<p>Kenntnis der Konzepte &amp; Tools &amp; 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>
<b>Kompetenz</b>	<p><b>Fachkompetenz:</b> Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- haben Kenntnis von Bedingungen, Spielräumen und prinzipiellen Techniken strategisch und nachhaltig orientierter Implementierungs- und Reorganisationsprozesse</li> <li>- haben heuristische Analyse- und Bewertungsfähigkeit für die Vorbereitung, Durchführung und Evaluation von strategischen Prozessen</li> </ul> <p><b>Methodenkompetenz:</b> Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- kennen die Techniken &amp; Verfahren der Vorbereitung, Analyse, Durchführung, Nachbereitung, Evaluation &amp; Reflexion aus den Bereichen strategische Planung, Reorganisation &amp; Change-Management</li> <li>- können praktische Situationen produktiv auf Theoriekontexte beziehen</li> </ul> <p><b>Sozialkompetenz:</b> Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- trainieren und entwickeln (Selbst-) Präsentations-, Moderations-, Verhandlungs-, Gesprächsführungs-Kompetenzen in politisierten Team- und Organisationsentwicklungsprozessen</li> </ul> <p><b>Selbstkompetenz:</b> Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- trainieren die Distanzierungs- und Reflexionsfähigkeit der eigenen Person und die Rolle in Organisationsprozessen</li> <li>- haben Selbstbewertungs- und Relativierungskompetenz</li> </ul>
<b>Inhalt</b>	<p>Lernblock 1: Einführung, Übungen &amp; studentische Präsentationen</p> <p>Lernblock 2: Studentische Präsentation, Theoriekontexte &amp; Reflexion</p>
<b>Lehr- und Lernmethode</b>	Literaturarbeit, Einzel- und Gruppenarbeiten inkl. Präsentation sowie Vor- und Nachbearbeitung, Fallstudien, Coaching, Reflexion

## SIMP - Strategieimplementierung - MWB4006

### Fachliteratur

#### Pflichtlektüre:

Balogun J, Hope Hailey V and Gustafsson S (2016) *Exploring Strategic Change*. Fourth edition. Harlow, United Kingdom: Pearson Education.

Mintzberg H, Ahlstrand B and Lampel J (1998) *Strategy Safari*. New York: Free Press.

---

### Workload

90 Stunden

---

### Kontaktstudium

32 Stunden (2x2Tage)

---

### Präsenzpflicht

Block 1: Mittwoch, 24.2.2021 / Donnerstag, 25.2.2021

Block 2: Donnerstag, 11.3.2021 / Freitag 12.3.2021

---

### Kompetenznachweis

Individuelle Bearbeitung von Vorbereitungsaufgaben (30%)

Schriftlichen Gruppenarbeit (40%) und Präsentation (30%)

Das Modul wird zwingend mit nicht bestanden bewertet, wenn eine allfällige Kompensationsleistung mit nicht erfüllt bewertet wird.

---

### Bemerkung

Das Modul kann als Wahlpflichtmodul von Masterstudierenden der Fachhochschule St. Gallen besucht 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.

Für eine sinnvolle Teilnahme ist die aktive und vollständige Präsenz während beider Blockveranstaltungen unerlässlich.

---

### Studiengang, Semester

MSc Business Administration, 2020-2021, 4 FS, BB, Bern  
MSc Business Administration, 2021-2022, 4 FS, BB, Bern

---

## SPRO - Strategieprozess - MWB4002

<b>ECTS</b>	3
<b>Unterrichtssprache</b>	Deutsch
<b>Modultyp</b>	Wahlpflichtmodul
<b>Modulverantwortung</b>	Prof. Dr. Roman Lombriser (FH St. Gallen) roman.lombriser@bluewin.ch
<b>Kurzbeschreibung des Moduls</b>	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.
<b>Eingangskompetenz</b>	-
<b>Kompetenz</b>	<p><b>Fachkompetenz:</b> Die Studierenden können</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>die Hauptschritte des planerischen Ansatzes verstehen und anwenden</li> <li>die verschiedenen Ansätze des Strategieprozesses verstehen und deren Anwendbarkeit kritisch hinterfragen</li> <li>die wesentlichen Unterschiede in der Strategieentwicklung zwischen verschiedenen Organisationsformen und -grössen kennen und verstehen.</li> </ul> <p><b>Methodenkompetenz:</b> Die Studierenden können</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>den strategischen Problemlöse- und Entscheidungsprozess sowohl in Grossunternehmen und KMU verstehen und anwenden</li> <li>kreative, auf die Unternehmens- und Umweltsituation abgestimmte Visionen und Strategien konzeptionell entwickeln und auf deren Nachhaltigkeit überprüfen</li> <li>Strategie- und Innovationsprozesse mit den Prinzipien der Gestaltung von Veränderungsprozessen führen und umsetzen.</li> </ul> <p><b>Sozialkompetenz:</b> Die Studierenden können</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>kreative und wirksame Unternehmensstrategien im Team entwickeln</li> <li>strategische Zusammenhänge und Sachverhalten im Strategieprozess überzeugend einbringen und im Team gemeinsam reflektieren</li> <li>strategische Alternativen konstruktiv-kritisch diskutieren und gemeinsam weiterentwickeln.</li> </ul> <p><b>Selbstkompetenz:</b> Die Studierenden können</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> <li>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.</li> </ul>

## SPRO - Strategieprozess - MWB4002

<b>Inhalt</b>	<p><b>Lernblock 1:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Strategieprozesse im Überblick</li><li>• rational-planerische vs. evolutionäre Strategieentwicklung</li><li>• Module des Strategischen Managements im Überblick</li></ul> <p><b>Lernblock 2:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• internationale Dimension des Strategieprozesses</li><li>• Kernkompetenzen und Wettbewerbsvorteile</li><li>• Wettbewerbsstrategie, Unternehmensstrategie</li></ul> <p><b>Lernblock 3:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Fallpräsentation und -besprechung Nr. 1-4</li></ul> <p><b>Lernblock 4:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Fallpräsentation und -besprechung Nr. 5-8</li></ul>
<b>Lehr- und Lernmethode</b>	Lehrgespräch, Lehrvortrag, Gruppenarbeit, Fallstudie, angeleitetes Selbststudium, Selbststudium.
<b>Fachliteratur</b>	<p><b>Pflichtliteratur:</b></p> <p>Lombriser, R., Abplanalp, P. 2018 (7. Auflage): Strategisches Management. Zürich: Versus-Verlag</p> <p>Skripte mit diversen Fachtexten und Folien, Fallstudien</p>
<b>Workload</b>	90 Stunden
<b>Kontaktstudium</b>	Kontaktstudium: 27 (=36 Lektionen =2x2 Tage) Begleitetes Selbststudium: 23 Selbststudium: 40
<b>Präsenzpflicht</b>	16.-17. April 2021 4.-5. Juni 2021
<b>Kompetenznachweis</b>	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, 2020-2021, 4 FS, BB, Bern  
MSc Business Administration, 2021-2022, 4 FS, BB, Bern



## WAFB - Forschungstools - MWB2005

<b>ECTS</b>	3
<b>Unterrichtssprache</b>	Deutsch
<b>Modultyp</b>	Pflichtmodul
<b>Dozierende</b>	Clerc Isabelle, Gurtner Andrea
<b>Modulverantwortung</b>	Andrea Gurtner / Isabelle Clerc
<b>Kurzbeschreibung des Moduls</b>	Die Studierenden erwerben Kenntnisse und Fertigkeiten zur reflektierten und forschungspraktischen Entwicklung und Einsatz von Forschungstools sowie zur Anwendung von Analysesoftware auf der Basis quantitativ und qualitativ orientierter Erhebungs- und Auswertungsverfahren. In Übungen setzen sie sich mit Prozessen der Datenerhebung und -auswertung auseinander und berichten Ergebnisse schriftlich und mündlich vor dem Plenum.
<b>Eingangskompetenz</b>	Kenntnisse der Inhalte der Module WATE und WAFM
<b>Kompetenz</b>	<p><b>Fachkompetenz:</b> Die Studierenden können</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• qualitativ und quantitativ orientierte Verfahren der Datenerhebung problemadäquat auswählen und reflektiert einsetzen</li><li>• qualitativ orientierte Verfahren der Datenauswertung auswählen, problemadäquat anpassen und (computerbasiert) anwenden</li><li>• die Grundlagen der angewandten Statistik und deren Einsatzmöglichkeiten verstehen und für einfache Problemstellungen anwenden</li></ul> <p><b>Methodenkompetenz:</b> Die Studierenden können</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• qualitativ und quantitativ orientierte Datenerhebungen eigenständig auf wissenschaftlichem Niveau durchführen</li><li>• computergestützte Datenauswertungen forschungsmethodisch korrekt durchführen</li><li>• wissenschaftlich fundierte und praktisch anwendbare Problemlösungen erarbeiten</li><li>• ihre Resultate berichten</li></ul> <p><b>Sozialkompetenz:</b> Die Studierenden können</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• im Team zielorientiert an einer komplexen wissenschaftlichen Problemstellung arbeiten</li><li>• Auswertungsergebnisse allgemein verständlich aufbereiten, diskutieren und kommunizieren</li></ul> <p><b>Selbstkompetenz:</b> Die Studierenden können</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Verantwortung für den eigenen und gemeinsamen Lernprozess übernehmen</li><li>• den Lernprozess überwachen, kontrollieren und bewerten</li></ul>

## WAFT - Forschungstools - MWB2005

<b>Inhalt</b>	<p><b>Lernblock 1</b> Erhebungsmethoden: Entwicklung, Auswahl und Einsatz von Instrumenten und Methoden; Fragebogen, Interviews, Beobachtungsverfahren, Gruppendiskussionen, Dokumentenanalyse, u.a.</p> <p><b>Lernblock 2:</b> Qualitative Datenerhebung: Interviewleitfaden entwickeln; Interviews durchführen</p> <p><b>Lernblock 3:</b> Qualitative Datenauswertung: Aufbereitung qualitativer Daten; Analyse qualitativer Daten; Analysesoftware.</p> <p><b>Lernblock 4:</b> Quantitative Datenerhebung: Fragebogenentwicklung; Durchführung einer Befragung</p> <p><b>Lernblock 5:</b> Quantitative Datenauswertung 1: Deskriptive Statistik (Häufigkeitsverteilungen, statistische Kennzahlen), Computergestützt (Analysesoftware SPSS); Graphische Darstellungen; Deskriptive Auswertungen, Faktorenanalyse und Reliabilitätsüberprüfung</p> <p><b>Lernblock 6:</b> Quantitative Datenauswertung 2: Schliessende Statistik (Unterschiedshypothesen, Zusammenhangshypothesen), Computergestützt (Analysesoftware SPSS): Einfache Hypothesentests (z.B. Kreuztabellen, Korrelationen, T-Test)</p>
<b>Lehr- und Lernmethode</b>	Lehrgespräch, Lehrvortrag, Übungen, Präsentationen, Anwendung von Analysesoftware, selbständiges Arbeiten in Gruppen
<b>Fachliteratur</b>	Die Informationen werden auf Moodle bereitgestellt.
<b>Workload</b>	90 Stunden
<b>Kontaktstudium</b>	28 Lektionen
<b>Präsenzpflicht</b>	Bei Gruppenübungen, Gruppenpräsentationen und Coachings wird Präsenz vorausgesetzt
<b>Kompetenznachweis</b>	<p>Schriftliche Gruppenarbeiten.</p> <p>Teilkompetenznachweis 1: Gruppenarbeit qualitative Methodologie Gewichtung 3/7.</p> <p>Teilkompetenznachweis 2: Gruppenarbeit quantitative Methodologie Gewichtung 4/7.</p>
<b>Weiterführende, vertiefende Module</b>	<p>WPP1 und WPP2</p> <p>MATH</p>
<b>Studiengang, Semester</b>	MSc Business Administration, 2020-2021, 2 FS, BB, Bern

## WPP1 - Wissenschaftliches Praxisprojekt 1 - MWB2004

<b>ECTS</b>	9
<b>Unterrichtssprache</b>	Deutsch
<b>Modultyp</b>	Pflichtmodul
<b>Dozierende</b>	Endrissat Nada, Hietschold Nadine
<b>Modulverantwortung</b>	Nada Endrissat /Nadine Hietschold
<b>Kurzbeschreibung des Moduls</b>	<p><b>Aufbau &amp; Ausrichtung:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>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.</li> <li>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.</li> <li>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.</li> </ul>
<b>Eingangskompetenz</b>	<p><b>Module</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>WATE</li> <li>WAFM</li> <li>WAF2 (2. Semester; parallel zu WPP1)</li> </ul>
<b>Kompetenz</b>	<p><b>Fachkompetenz:</b> Die Studierenden können</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Praxis- und forschungsrelevante Fragestellungen im Team entwickeln und abgrenzen</li> <li>ein Projekt entlang den Phasen eines typischen Forschungsprojektes begründen und reflektiert im Team planen</li> <li>eine wissenschaftlich fundierte Forschungsarbeit im Team ausführen</li> <li>projektspezifisches Fachwissen vertiefen</li> <li>eine wissenschaftlich, theoretische Forschungsarbeit verfassen</li> </ul> <p><b>Methodenkompetenz:</b> Die Studierenden können</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>eine umfassende Literaturrecherche und -analyse zu einer spezifischen Fragestellung durchführen</li> <li>ein passendes Forschungsdesign sowie adäquate Erhebungs- und Analysemethoden in der Gruppe wählen und konzipieren</li> <li>eine spezifische Forschungsmethode anwenden</li> </ul> <p><b>Sozialkompetenz:</b> Die Studierenden können</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>im Team an einer wissenschaftlichen Problemstellung arbeiten</li> <li>Inhalt und Design von Projekten kritisch aufbereiten, analysieren, reflektieren, präsentieren und diskutieren</li> <li>die Kommunikation mit Betreuungspersonen und Modulverantwortlichen sicherstellen</li> </ul> <p><b>Selbstkompetenz:</b> Die Studierenden können</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>eigenes Handeln aufgrund von wissenschaftlichen Theorien reflektieren</li> <li>reflexiv-ganzheitlich Denken</li> <li>den Umgang mit Komplexität handhaben</li> </ul>

## WPP1 - Wissenschaftliches Praxisprojekt 1 - MWB2004

### 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 1 - MWB2004

### Fachliteratur

#### Pflicht:

- Die Literatur aus den drei Kursen WATE, WAFM und WAFT 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.
- Bortz, J./Schuster, C. (2010): Statistik: für Human- und Sozialwissenschaftler, 7. Aufl., Heidelberg: Springer.
- 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.

#### Weiterführende Literatur:

- Projektspezifisch, von den Studierenden selbständig recherchiert.

### Workload

270 Stunden

### Kontaktstudium

Input-Veranstaltungen; Individualcoaching, Kolloquien

### Präsenzpflicht

80%, Termine für Individualcoaching

### Kompetenznachweis

schriftliche Arbeit

### Weiterführende, vertiefende Module

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

## WPP1 - Wissenschaftliches Praxisprojekt 1 - MWB2004

### Bemerkung

#### Leistungen & Dokumente:

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.

#### Nicht bestandene Prüfungsleistungen:

- 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 hin 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.

### Studiengang, Semester

MSc Business Administration, 2020-2021, 2 FS, BB, Bern

---