

CETH - CSR und Ethik - MWB4011

ECTS	3
Unterrichtssprache	Deutsch
Modultyp	Wahlpflichtmodul
Dozierende	Risi David
Modulverantwortung	Risi David

Kurzbeschreibung des Moduls

Aktuelle öffentliche Debatten rund um die nachhaltige Entwicklung weisen auf die grossen ökologischen (z.B. Klimawandel), sozialen (z.B. Kinderarbeit) und ökonomischen Herausforderungen (z.B. Armut) unserer Zeit hin. Unternehmen haben hierbei eine besondere Rolle. Einerseits werden sie als die Hauptverursacher globaler Probleme wie etwa dem Klimawandel verstanden. Andererseits sind Unternehmen die zentralen Akteure im Hinblick auf eine nachhaltige Entwicklung, die mittels ihrer wirtschaftlichen Aktivitäten einen fundamentalen Beitrag zu einer gerechteren und klimafreundlicheren Welt beitragen können.

In dieser Situation sehen sich Unternehmen mit der moralischen Herausforderung konfrontiert, gesellschaftliche Verantwortung zu übernehmen. Diese Situation bietet gleichermassen Chancen und Risiken für Unternehmen. Im Modul CSR und Ethik werden die ethischen Grundlagen sowie die Anwendung von Unternehmensverantwortung im Sinne von Corporate Social Responsibility (CSR) behandelt.

Eingangskompetenz

Die Studierenden bringen ein Verständnis für gesellschaftlich relevante Probleme und Herausforderungen mit und ein Interesse daran, wie diese mit wirtschaftlichen Aspekten und Begebenheiten zusammenhängen.

Kompetenz

Fachkompetenzen: Die Studierenden

- werden für moralisch relevante Situationen im Wirtschaftsbereich sensibilisiert.
- erhalten einen Überblick über die wichtigsten ethischen und wirtschaftsethischen Theorien und können diese auf konkrete Situationen anwenden.
- kennen verschiedene CSR Ansätze und wissen, wie diese wirtschaftsethischen Ansätze implementiert werden.
- entwickeln ihr analytisches Denkvermögen systematisch weiter.

Methodenkompetenzen: Die Studierenden

- verbessern ihre Kompetenz, mit abstrakten Inhalten umzugehen.
- verbessern ihre Kompetenz, Texte adäquater zu interpretieren.
- verbessern ihre Kompetenz, eine argumentative Diskussion zu führen.
- verbessern ihre Kompetenz, Managementkonzepte in die Unternehmenspraxis zu überführen.
- verbessern ihre Kompetenz, unternehmerisches Handeln im Kontext von Corporate Social Responsibility (CSR) zu messen.

Sozialkompetenzen: Die Studierenden

- erkennen, dass Ethik bzw. Wirtschaftsethik uns alle angeht.
- lernen die Gleichwertigkeit der Menschen als wichtige ethische Kategorie zu verstehen.
- sind in der Lage, Unternehmen als sozial eingebettet zu verstehen, mit diversen sozialen und moralischen Verpflichtungen und Verantwortungen.

Selbstkompetenzen: Die Studierenden

- bekommen ein Bewusstsein, dass die menschliche Erkenntnis immer wieder Irrtümern unterliegt
- verbessern ihre moralische Kompetenz und Intelligenz

CETH - CSR und Ethik - MWB4011

Inhalt

- Was ist Wirtschaftsethik und braucht es sie überhaupt?
- Die drei grossen Theorien der Ethik und ihre Komplementarität
- Überzeugend argumentieren: Fehlschlüsse erkennen und vermeiden
- Corporate Social Responsibility (CSR)
- Die verschiedenen Dimensionen von CSR
- Unternehmerisches Organisieren von CSR
- CSR Implementierung: Förderer und Hindernisse
- Messung von CSR
- Fallbeispiele (z.B. Kinderarbeit, Korruption, CSR Assessment)
- «Dark Side» von CSR (Greenwashing)

Lehr- und Lernmethode

Die Veranstaltung ist auf dem Prinzip des Flipped Classroom aufgebaut. Flipped Classroom ist ein Blended-Learning-Unterrichtsmodell, bei dem sich die Studierenden selbständig mit den theoretischen Inhalten (z.B. Literatur) vertraut machen müssen. Während des Präsenzunterrichts liegt der Schwerpunkt auf der Vertiefung und Anwendung der theoretischen Inhalte auf die Wirtschaftspraxis.

Weiter kommen folgende Lehr- und Lernmethoden zur Anwendung:

- Befähigung zum kritischen Denken und logischen Argumentieren
- Struktur der Lehreinheiten: 30% Problemstellung und Diskussion, 40% Wissensvermittlung, 30% Wissensanwendung)
- Einsatz verschiedener Medien (z.B. Video), mit dem Ziel eines variantenreichen Unterrichts
- CSR Assessment Simulation
- Begleitetes Selbststudium
- Selbststudium: Suche nach einem wirtschaftsethischen Fall sowie Auswahl einer wirtschaftsethischen Theorie und Anwendung der theoretischen Inhalte unter Einbezug der Corporate Social Responsibility (CSR) auf den Fall.
- Selbststudium: Verfassung des Transferberichtes

Fachliteratur

Die Literatur wird spezifisch für den Unterricht zusammengestellt und auf Moodle verfügbar gemacht.

Empfohlene Grundlagenliteratur:

Barnett, M. L., Henriques, I., & Husted, B. W. (2020). Beyond Good Intentions: Designing CSR Initiatives for Greater Social Impact. *Journal of Management*, 46, 937-964.

Risi, D., Wickert, C. W., & Tommaso, R. (2022). Coordinated enactment: How organizational departments work together to implement CSR. *Business & Society*, 62(4), 745-786.

Schäfer, M. (2016). *Angewandte Unternehmensethik - Grundlagen für Lehre und Praxis*. Pearson Studium.

Wickert, C. W., & Risi, D. (2019). *Corporate social responsibility (Elements in Business Strategy)*. Cambridge: Cambridge University Press.

Wickert, C. W., Risi, D. & Tommaso, R. (2022). What a mature CSR team looks like. *Harvard Business Review*, November 16

Workload

3 ECTS

Kontaktstudium

Siehe Ausführungen zu Flipped Classroom (s. unter «Lehr- und Lernmethode» und «Präsenzpflicht») sowie die individuellen Coaching Slots (s. unter «Hilfsmittel bei schriftlicher Prüfung»)

Präsenzpflicht

Blockveranstaltung (2x2 Tage): vor Ort und online im Präsenzmodus, daneben asynchrones Selbststudium sowie online Coaching Sessions.

CETH - CSR und Ethik - MWB4011

Kompetenznachweis

Die Studierenden verfassen eine Fallstudie, bei der ein wirtschaftsethischer Fall nach Wahl anhand einer der erlernten ethischen oder wirtschaftsethischen Theorien analysiert wird. Der Fall sollte möglichst aktuell sein, plausibel begründete Ausnahmen können aber gemacht werden.

Gewichtung: 100%

Deadline: 26. Juni 2025, 23:59 (als Word-File auf Moodle)

Hilfsmittel bei schriftlicher Prüfung

Unterstützung beim Verfassen des Kompetenznachweises:

- Q&A Sessions
 - Individuelle Coaching Slots
 - per E-Mail
-

Wiederholungsmodalitäten

Bei einer ungenügenden Leistung (3.5) kann der Student auf Basis des Feedbacks den Transferbericht innerhalb einer durch den Modulverantwortlichen festgelegten Frist nachbessern. Die maximale Note bei einer Nachbesserung beträgt 4.0.

Studiengang, Semester

MSc Business Administration, 2024-2025, 2 FS, BB, Bern
MSc Business Administration, 2024-2025, 4 FS, BB, Bern

DANV - Data & Innovation - MWB2016

ECTS	3
Unterrichtssprache	Deutsch
Modultyp	Wahlpflichtmodul
Dozierende	Konya-Baumbach Elisa
Modulverantwortung	Konya-Baumbach Elisa
Kurzbeschreibung des Moduls	<p>Daten werden von Unternehmen zunehmend als strategische Ressource angesehen, denn deren mehrwertstiftende Einsatz gilt in Zeiten der Digitalisierung als zentrale Quelle von Innovation und ermöglicht es, neue Geschäftsmodelle zu etablieren.</p> <p>Vor diesem Hintergrund werden im Modul Data & Innovation strategische und organisationale Aspekte datenbasierter Wertschöpfung behandelt und dabei das Potential aktueller Technologietrends im Bereich Künstlicher Intelligenz näher beleuchtet.</p>
Eingangskompetenz	Grundlegendes Verständnis des Phänomens der Digitalisierung
Kompetenz	<p>Fachkompetenz: Die Studierenden können</p> <ul style="list-style-type: none">zentrale Begriffe und Konzepte von Innovation definieren und die Bedeutung des technologischen Wandels für Unternehmen im Wettbewerb verstehenArten und Mechanismen von datenbasierter Wertschöpfung verstehenAnwendungsfelder von Künstlicher Intelligenz beschreiben. <p>Methodenkompetenz: Die Studierenden können</p> <ul style="list-style-type: none">Unternehmen hinsichtlich Ihrer Innovationsfähigkeit bewertenTechniken und Instrumente zur Beschreibung von datenbasierten Geschäftsmodellen anwenden. <p>Sozialkompetenz: Die Studierenden können</p> <ul style="list-style-type: none">in Diskussionen verschiedene Meinungen kritisch reflektieren und konstruktive Beiträge liefern. <p>Selbstkompetenz: Die Studierenden können</p> <ul style="list-style-type: none">autonome Lernstrategien praktizieren, um im Selbststudium das Wissen punktuell zu vertiefen.ihre eigenen Denkprozesse selbstkritisch hinterfragen.
Inhalt	<p>Themenbereiche umfassen, u.a.:</p> <ul style="list-style-type: none">(Digitale) Geschäftsmodelle und GeschäftsmodellinnovationDigitale Plattformen und Daten als strategische RessourceDatenbasierte Wertschöpfung und Künstliche IntelligenzTechnologische und organisationale Anforderungen an eine datengetriebene OrganisationData Ethics

DANV - Data & Innovation - MWB2016

Lehr- und Lernmethode	Die Studierenden lernen in Lehrgesprächen, 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
Workload	90 Stunden
Kontaktstudium	7 Lernblöcke zu je 4 Lektionen: <ul style="list-style-type: none">• 4 Präsenzblöcke vor Ort• 3 online/asynchrone Blöcke
Präsenzpflicht	keine
Kompetenznachweis	50% - Moodle Aufgaben/Quizzes während des Semesters (Schriftliche Prüfung, Individualleistung) <ul style="list-style-type: none">• 1. Aufgabenblatt: 22.03.25--26.04.25• 2. Aufgabenblatt: 29.03.25--03.05.25 50% - Elektronische Prüfung mit Safe-Exam Browser in den offiziellen Prüfungswochen Ende des Semesters (Schriftliche Prüfung, Individualleistung). Dauer: 60 Minuten.
Hilfsmittel bei schriftlicher Prüfung	Wörterbuch Muttersprache - Sprache Kompetenznachweis BFH-Taschenrechner
Wiederholungsmodalitäten	Werden die einzelnen Teilkompetenzen nicht bestanden, können diese durch Nachbesserung innerhalb einer gesetzten Frist während dem Semester verbessert werden. Die maximale zu erreichende Note bei einer Nachbesserung beträgt 4.0. Bei Nichtbestehen der schriftlichen Prüfung wird eine zeitnahe Wiederholungsprüfung angeboten (2. Prüfungstermin während den offiziellen Prüfungswochen).
Weiterführende, vertiefende Module	Data Analytics
Studiengang, Semester	MSc Business Administration, 2024-2025, 2 FS, BB, Bern MSc Business Administration, 2024-2025, 4 FS, BB, Bern

ENBC - Entrepreneurship & Business Creation - MWB2012

ECTS	3
Unterrichtssprache	Deutsch
Modultyp	Wahlpflichtmodul
Dozierende	Keim Jan, Murmann Martin
Modulverantwortung	Martin Murmann, Jan Keim

Kurzbeschreibung des Moduls Dieses Modul vermittelt (1) ein Grundverständnis von und für Entrepreneurship, (2) unternehmerisches Denken und Handeln als Mindset und Vorgehensweise und (3) unternehmerische Strategien zur Kommerzialisierung innovativer Ideen. Unternehmerisches Denken und Handeln soll als Mindset zur Lösung von wirtschaftlichen, gesellschaftlichen und umwelttechnischen Problemen verstanden werden, unternehmerische Strategie als Werkzeug, um innovative Ideen wertschöpfend umzusetzen. Damit limitieren wir uns in diesem Kurs nicht auf Start-ups/Unternehmensgründungen, sondern verstehen unternehmerisches Denken und Handeln als ganzheitlichen Ansatz, der auch bei der Umsetzung innovativer Ideen in etablierten Unternehmen Mehrwert schafft.

Eingangskompetenz

Fachkompetenz: Die Studierenden

- verfügen über grundlegende Kenntnisse der Betriebswirtschaftslehre.
- kennen die Grundideen von Design Thinking.
- wissen, was unter Geschäftsmodellen verstanden wird und sind mit dem Konzept des Business Model Canvas vertraut.

Methodenkompetenz: Die Studierenden

- 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

Kompetenz

Fachkompetenz: Die Studierenden

- verfügen über grundlegende Kenntnisse von Entrepreneurship.
- können die gesellschaftliche Relevanz von Entrepreneurship einschätzen und den Mehrwert verschiedener unternehmerischer Geschäftsmodelle und Strategien benennen.

Methodenkompetenz: Die Studierenden

- können unternehmerisch Denken und Handeln.
- können verschiedene unternehmerische Strategien auf neue Innovationsprojekte anwenden.

Sozialkompetenzen: Die Studierenden

- unterstützen sich gegenseitig bei Teamarbeit online und offline.

Inhalt

- Gesellschaftliche Relevanz von Unternehmertum und Unternehmensgründungen.
- Typische Eigenschaften und Motivationen von Unternehmensgründer*innen.
- Unternehmerisches Denken und unternehmerische Strategien.
- Unternehmerisches Handeln und Entscheiden («Effectuation» versus «Causation»).
- Value Creation und Value Capturing.
- Schattenseiten von Entrepreneurship.

Lehr- und Lernmethode

Präsenzunterricht, asynchrone Inputs und Arbeitsaufträge, Fallstudien, Reflexion als digitale Präsentation.

Fachliteratur

Relevante Texte werden während des Semesters bereitgestellt.

Workload

90 Stunden

Kontaktstudium

Gemäss Stundenplan. Präsenzunterricht an den ersten zwei Terminen (KW10, Vormittag und Nachmittag) und an Freitagsterminen (KW20, Vormittag und Nachmittag; KW21, Vormittag). Asynchrone Inputs und Arbeitsaufträge an anderen Samstagsterminen (KW12, KW18).

Präsenzpflicht

Präsenzpflicht für Präsenzunterricht (KW10, KW20, KW21): Entrepreneurship benötigt Eigeninitiative und Mitgestalten. Anwesenheit und aktive Mitarbeit werden daher erwartet und sind notwendig, um von dem Modul maximal zu profitieren.

Kompetenznachweis

- Reflexion zu Vorlesungsthemen als digitale Präsentation (Gruppennote. Bestehen, Note 4.0, ist Voraussetzung für Zulassung zur Klausur. Zählt 30% der Endnote, falls besser als individuelle Klausurnote. Präsentationsformat und Bewertungskriterien werden zu Kursbeginn kommuniziert.). Abgabedeadline: 20. Juni 2025 (KW25).
- 60 Minuten schriftliche, elektronische Klausur in der offiziellen Prüfungszeit (Individualnote. 70 oder 100% der Endnote.).

ENBC - Entrepreneurship & Business Creation - MWB2012

Hilfsmittel bei schriftlicher Prüfung

- BFH-Taschenrechner (TI-30 ECO RS)
 - Wörterbuch Muttersprache - Sprache Kompetenznachweis
-

Wiederholungsmodalitäten

Bei Nichtbestehen der digitalen Präsentation kann diese verbessert und nachgeholt werden (dann bestenfalls Note 4.0 möglich). Bei Nichtbestehen des Moduls kann die Klausur zum zweiten Prüfungstermin wiederholt werden. Die Note der digitalen Präsentation bleibt dann für diese Wiederholungsprüfung bestehen. Wird an der Wiederholungsprüfung nicht erfolgreich teilgenommen, erfolgt die Modulwiederholung im Rahmen der nächsten Moduldurchführung und die digitale Präsentation muss neu erbracht werden.

Studiengang, Semester

MSc Business Administration, 2024-2025, 4 FS, BB, Bern
MSc Business Administration, 2024-2025, 2 FS, BB, Bern

NPRO - New Product Development - MWB3016

ECTS	3
Unterrichtssprache	Deutsch
Modultyp	Wahlpflichtmodul
Dozierende	Harder Deane
Modulverantwortung	Harder Deane
Kurzbeschreibung des Moduls	<p>Die Entwicklung von Innovationen in immer kürzeren Zyklen und die sorgfältige Abwägung, wie begrenzte Unternehmensressourcen dafür zum Einsatz kommen, werden für Unternehmen immer wichtiger, um wettbewerbsfähig zu bleiben. Dafür braucht es ein systemisches Verständnis und umfassende Kenntnisse von den beteiligten Rollen, Methoden und anderen Faktoren im Unternehmen. Dieses Modul bringt verschiedene Elemente der Betriebsökonomie in den Kontext des Innovationsprozesses und übergeordneten Innovationsmanagements.</p>
Eingangskompetenz	<ul style="list-style-type: none">• Grundlegendes Verständnis betriebswirtschaftlicher Zusammenhänge• Lösungsorientierung• Praxistransfer von theoretischen Grundlagen, Konzepten und Modellen

NPRO - New Product Development - MWB3016

Kompetenz

Fachkompetenzen

Die Studierenden ...

- können einen professionellen Innovations- und Produktentwicklungsprozess in einem Unternehmen aufsetzen.
- verstehen den Innovationsprozess von der Ideengenerierung bis zur Markteinführung.
- können Geschäftsmodelle hinsichtlich ihrer Funktionsweise analysieren.
- können ein Produktportfolio auf eine Strategie ausrichten.
- wissen, welche Schritte und Ansätze in der Marktforschung sinnvoll sind.

Methodenkompetenzen

Die Studierenden ...

- können Probleme analysieren und, basierend auf der Problemanalyse, Geschäftsmöglichkeiten erkennen bzw. entwickeln.
- können Methoden anwenden, um Bedürfnisse von Zielgruppen zu verstehen.
- verstehen kundenfokussierte Methoden wie Design Thinking oder Agile.
- können verschiedene Kreativitätsmethoden einsetzen, um neue Lösungsansätze zu entwickeln.
- können Werkzeuge einsetzen, um Geschäftsmodelle zu entwickeln (z.B. Business Model Canvas).
- können Werkzeuge einsetzen, um eine Idee mit möglichst wenig Ressourceneinsatz zu testen (z.B. Rapid Prototyping).
- können ihre Ideen wirkungsvoll mit Hilfe eines Pitch-Decks kommunizieren.
- können ein Produktportfolio aufsetzen und mit priorisierten Produktideen befüllen.
- können eine Going-to-Market-Strategie definieren.
- wissen, welche digitalen Tools im Produktinnovationsprozess genutzt werden können.

Sozialkompetenzen

Die Studierenden ...

- sind in der Lage, effektiv in Teams zu arbeiten und entwickeln dabei ihre Fähigkeiten zur Teamkooperation und Konfliktbewältigung weiter.
- können auf fremde Personen zugehen und diese zielgerichtet in ihre Aktivitäten einbinden, etwa um die Bedürfnisse einer Zielgruppe besser zu verstehen oder zur Validierung von Ideenansätzen.
- sind in der Lage, eine Produktidee überzeugend zu präsentieren und dabei gezielt auf die Bedürfnisse und Erwartungen der Zielgruppe einzugehen.

Selbstkompetenzen:

Die Studierenden ...

- sind in der Lage, sich begründet für oder gegen eine Karriere im Bereich Produktentwicklung zu entscheiden.
- kennen ihre eigenen Ressourcen und Stärken besser und können diese gezielt für unternehmerische Ziele einsetzen.
- entwickeln ihre Eigeninitiative und steigern ihre Selbstwirksamkeit, wodurch sie ihre unternehmerische Handlungsfähigkeit verbessern.
- erhöhen ihr Bewusstsein dafür, dass sie als (zukünftige) Entscheidungstragende oder unternehmerisch handelnde Mitarbeitende Wirtschaft mitgestalten können.
- sind in der Lage, ihre geleistete Arbeit zu reflektieren und mögliche Verbesserungen oder Herausforderungen zu identifizieren.

NPRO - New Product Development - MWB3016

Inhalt

Das Modul vermittelt einen umfassenden, systemischen Überblick zu den verschiedenen Dimensionen, Perspektiven und Ordnungsmomenten, die im Innovationsprozess relevant sind. Das Modul beinhaltet 7 inhaltliche Kapitel:

1. Strategie: Das Kapitel über Strategie behandelt verschiedene Arten von Strategien, von Unternehmens- über Geschäfts- bis hin zu funktionalen Strategien. Ein Schwerpunkt liegt auf der Innovationsstrategie, insbesondere da sie den Rahmen und die Richtung für die Produktinnovation vorgibt. Die Vorteile und Grenzen spezifischer strategischer Innovationsrahmen werden erörtert. Die Rolle der unterstützenden Strategien in den Bereichen Technologie, Marketing, Plattformen, geistiges Eigentum und Fähigkeiten wird dargestellt, und zwar sowohl in Bezug auf die übergeordnete Unternehmensstrategie als auch in Bezug auf ihren gegenseitigen Beitrag zur allgemeinen Unternehmensstrategie.

2. Portfolio Management: Das Kapitel über das Portfoliomanagement setzt die Strategie mit der Projektauswahl in Beziehung. Ein Produktportfolio ist definiert als die Gesamtheit der aktuellen und potenziellen neuen Produkte, die die Grundlage für ein Programm zur Produktinnovation bilden können, einschliesslich Produktverbesserungen, Kostensenkungen, Produktlinienerweiterungen und neuer Produkte für das Unternehmen. Es werden Methoden für die Projektauswahl vorgestellt, sowohl als Mittel zur Bewertung des Projektpotenzials als auch zur Erzielung einer strategischen Ausrichtung im Hinblick auf die Priorisierung einzelner Projekte und die Ausgewogenheit zwischen bestimmten Kategorien von Produktinnovationen. Das Portfoliomanagement wird als funktionsübergreifende Tätigkeit vorgestellt, die die Entwicklung neuer Produkte bis zur Markteinführung und die laufende Überprüfung bestehender Produkte umfasst, um eine optimale Abstimmung mit der Strategie und der Verfügbarkeit von Ressourcen zu gewährleisten.

3. Innovationsprozess: Der rasche Wandel der Technologie, der Kommunikation und der Marktanforderungen hat die Unternehmen unter erheblichen Druck gesetzt, ihre Produktinnovation effektiver und effizienter zu gestalten. Ein besseres Verständnis der Erfolgsfaktoren für neue Produktinnovationen hat dazu geführt, dass eine Reihe von Produktinnovationsprozessen auf spezifische Kontexte angewendet werden. In diesem Kapitel werden viele dieser Prozesse beschrieben - darunter Stage-Gate®, Concurrent Engineering, Integrierte Produktinnovation, Lean, Agile und Lean Startup. Die Vorteile und Grenzen jedes Prozesses werden erörtert, und es werden spezifische Anwendungskontexte empfohlen. Obwohl dieses Kapitel nicht speziell darauf eingeht, wird auf die Werkzeuge und Messgrößen verwiesen, die zur Unterstützung eines erfolgreichen Neuproduktprozesses erforderlich sind.

4. Produktentwicklung, Instrumente & Methoden: Auf allen Ebenen der Produktinnovation - Strategiebildung, Portfoliomanagement, Neuproduktprozess, Design, Lebenszyklusmanagement usw. - ist eine breite Palette von Instrumenten erforderlich. Einige dieser Instrumente sind branchen- und produktübergreifend anwendbar, andere wiederum sind spezifischer in ihrer Anwendung. In diesem Kapitel konzentrieren wir uns auf die Beschreibung einer Reihe allgemeiner Produktdesign- und -entwicklungswerkzeuge für die Bereiche Ideenfindung, Konzeptentwicklung, Verkörperung, Fertigung und Montage, Nachhaltigkeit, Service und Nachbetreuung. Spezifische Werkzeuge für die Strategieentwicklung, das Portfoliomanagement, die Marktforschung und das Innovationsmanagement sind in den jeweiligen Kapiteln enthalten. Die Erörterung der verschiedenen Instrumente soll ihre potenzielle Anwendung und ihren Wert für Produktinnovation und Produktmanagement aufzeigen. Es ist nicht möglich, detaillierte Erklärungen zur Anwendung der verschiedenen Instrumente zu geben. Für diejenigen, die ein tiefergehendes Verständnis anstreben, werden Hinweise auf weitere Referenzquellen gegeben.

5. Marktforschung in der Produktinnovation: Marktforschung wird benötigt, um marktbezogene Informationen und Daten zur Entscheidungsfindung in allen Aspekten der Strategieentwicklung, des Portfoliomanagements, des Neuproduktprozesses und des Lebenszyklusmanagements zu liefern. Bestimmte Marktforschungstechniken sind für bestimmte Zwecke besser geeignet, z. B. für die explorative Analyse von Kundenbedürfnissen, die Prüfung von Produktkonzepten und das Verkaufspotenzial von Produkten. Die Anwendung der Marktforschung erstreckt sich über den gesamten Zyklus der Produktinnovation, von der ersten Ideenfindung bis zur endgültigen Produkteinführung und der Überprüfung nach der Markteinführung. Dieses Kapitel befasst sich mit einer Reihe von Marktforschungsinstrumenten, darunter Sekundärforschung, qualitative vs. quantitative Forschung, Fokusgruppen, Kundenbesuche vor Ort, Ethnografie, Verbraucherpanels, soziale Medien, Big Data, Crowdsourcing, Alpha- und Beta-Tests und Markttests. Die Vorteile und Grenzen der einzelnen Instrumente werden zusammen mit ihrer potenziellen Anwendung in den verschiedenen Phasen des neuen Produktprozesses erörtert. Besonderes Augenmerk wird auf die Genauigkeit und Zuverlässigkeit der verschiedenen Instrumente gelegt, und damit auf ihren Wert für die Entscheidungsfindung in den verschiedenen Phasen der Produktinnovation.

6. Kultur, Teams, & Leadership: Es ist allgemein anerkannt, dass neue Produktinnovationen nicht allein durch gute Verfahren erfolgreich sein können. Der Erfolg hängt von den Menschen ab, von der Unternehmenskultur und dem Umfeld, das zur Förderung der Innovation geschaffen wird. In diesem Kapitel werden die Merkmale einer innovativen Kultur skizziert. Es befasst sich auch mit den Anforderungen an ein leistungsstarkes Team und an Teamstrukturen zur Unterstützung funktionsübergreifender Teams in einem innovativen Umfeld und in verschiedenen Projektkontexten. Auch die Rollen und Verantwortlichkeiten des Managements auf verschiedenen Ebenen und in verschiedenen Phasen der Produktinnovation werden erörtert.

NPRO - New Product Development - MWB3016

7. Innovationsmanagement: Dieses Kapitel ist in drei Teile gegliedert. Der erste Teil befasst sich mit der Rolle des Produktinnovationsmanagements. Der zweite Teil konzentriert sich auf den Produktlebenszyklus und darauf, wie Produktinnovationen während dieses Lebenszyklus verwaltet werden. Es werden die Phasen des Produktlebenszyklus - Einführung, Wachstum, Reife und Niedergang - skizziert und Produktmanagement- und Produktinnovationsstrategien für jede Phase erörtert. Besonderes Gewicht wird auf die Diskussion der Einführungsphase des Lebenszyklus gelegt, wobei auf Fallstudienbeispiele Bezug genommen wird. Im dritten Teil werden einige der wichtigsten Instrumente für das Management von Produktinnovationen beschrieben, darunter Machbarkeitsanalysen, Verkaufs- und Bedarfsanalysen, Finanzanalysen und Projektmanagement. Außerdem werden Leistungskennzahlen als Grundlage für die kontinuierliche Verbesserung der Produktinnovation vorgestellt.

Lehr- und Lernmethode

Die Studierenden erlernen die Grundlagen des Innovationsmanagements und der Produktentwicklung anhand eines mit der Product Development and Management Association (PDMA) abgestimmten Trainings. Der Kurs besteht aus einer Mischung aus Übungen und Lernphasen sowie Inputvarianten, welche zum Lernerfolg führen. Der Grossteil der Arbeiten wird im Präsenzunterricht im Format 'Flipped Classroom' stattfinden, ergänzt durch Online-Inhalte (Webcasts). Studierende bereiten die jeweiligen Kapitel vor und präsentieren der Gruppe Fallbeispiele und ergänzende Erklärungen, um gelernte Inhalte an konkreten Anwendungen und Beispielen zu veranschaulichen.

Fachliteratur

Das Modul orientiert sich an folgendem Buch: PDMA Body of Knowledge

Pflichtlektüre: keine
weiterführende Literatur: eine Auswahl an Artikeln zu einzelnen Themen wird im Rahmen der einzelnen Kapitel zu Verfügung gestellt.

Workload

90 Stunden

Kontaktstudium

Das Modul wird grösstenteils als Präsenzveranstaltung durchgeführt.

Präsenzpflicht

Präsenzpflicht: Das Modul benötigt Eigeninitiative und Mitgestaltung. Anwesenheit und aktive Mitarbeit werden daher erwartet und sind notwendig, um von dem Modul maximal zu profitieren und Anwesenheit ist an sämtlichen Tagen der Blockveranstaltung erforderlich.

Kompetenznachweis

Einzelarbeit: 90 min Prüfung während den offiziellen Prüfungswochen KW 26/27 (100%), schriftlich und elektronisch

Hilfsmittel bei schriftlicher Prüfung

- BFH-Taschenrechner (TI-30 ECO RS)
- Wörterbuch Muttersprache - Sprache Kompetenznachweis
- Für Details zu den Hilfsmitteln siehe aktuelle "Weisung zu den Kompetenznachweisen" auf Moodle.

Wiederholungsmodalitäten

Am 2. Prüfungstermin während den offiziellen Prüfungswochen (Einzelarbeit): 90 min Prüfung, schriftlich und elektronisch

Studiengang, Semester

MSc Business Administration, 2024-2025, 2 FS, BB, Bern
MSc Business Administration, 2024-2025, 4 FS, BB, Bern

UFPB - Unternehmensfinanzplanung und -bewertung - MWB2018

ECTS	3
Unterrichtssprache	Deutsch
Modultyp	Wahlpflichtmodul
Dozierende	Bächli Sandro, Längin Thomas
Modulverantwortung	Bächli Sandro, Längin Thomas

Kurzbeschreibung des Moduls In diesem Modul werden die nachfolgenden Inhalte behandelt:

- Unternehmens-Finanzplanung (Plan-Erfolgsrechnung, -Bilanz, -Geldflussrechnung); und
- Unternehmensbewertung mit der Discounted-Free-Cashflow-Methode (sog. DCF-Methode).

Die Unternehmens-Finanzplanung und -Bewertung sind zentrale Instrumente der Unternehmensführung mit denen drei Ziele verfolgt werden können:

1. Die frühzeitige Identifikation von Finanzierungslücken und von Finanzüberschüssen;
2. Die Bewertung von Unternehmen oder Unternehmensteilen im Hinblick auf deren Kauf oder Verkauf; und
3. Die Messung des Wertbeitrages einer Strategie.

Im Modul UFPB lernen Sie, Finanzpläne für Unternehmen zu erstellen und Unternehmen anhand der Finanzpläne zu bewerten.

Eingangskompetenz Fachkompetenzen: Grundlagen des Rechnungswesens und Finanzmanagements auf Bachelorniveau.
Ausserfachliche Kompetenzen: Analytische Skills, Umgang mit Komplexität und Selbstmanagement.

Kompetenz

Fachkompetenzen:

Die Studierenden:

- erstellen Finanzpläne (Planerfolgsrechnung, Planbilanz und Plan-Geldflussrechnungen (insbesondere Free Cash-Flow));
- schätzen/berechnen das Beta einer Unternehmung;
- berechnen die Kapitalkosten (Eigenkapital, Fremdkapital und WACC); und
- führen eine Unternehmensbewertung mittels dem DCF-Modell durch (Entity- und Equity-Bewertung).

Ausserfachliche Kompetenzen

Die Studierenden:

- erweitern ihre analytischen Skills;
- erlernen durch das Denken in Zusammenhängen Fähigkeiten im Umgang mit Komplexität; und
- üben im Rahmen des Moduls das Selbstmanagement.

UFPB - Unternehmensfinanzplanung und -bewertung - MWB2018

Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> • Einführung in die Unternehmensbewertung (Bewertungsanlässe und -methoden). • Finanzpläne für Unternehmen (Plan-Erfolgsrechnung, -Bilanz, -Geldflussrechnung) erstellen. • Unternehmen mit der sog. DCF-Methode (Discounted-Free-Cashflow-Methode) (Entity und Equity) bewerten, inkl. Kapitalzinskosten bestimmen. • Evtl. Besonderheiten bei der Bewertung von Startups.
Lehr- und Lernmethode	<ul style="list-style-type: none"> • Inputreferate durch die Dozenten; • durch die Dozenten betreutes arbeiten an Übungen und Fallbeispielen (Coachings); und • angeleitetes und autonomes Selbststudium.
Fachliteratur	<p>Weiterführende Literatur (keine Pflichtliteratur):</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gianini, F.; Riniker, A.: Finanzbuchhaltung 4, Ergänzende Bereiche der Finanzbuchhaltung (Kapitel 2 und 3); Zürich, 13. Auflage, 2025.. • Marcus A. Hauser und Ernesto Turnes: Unternehmensbewertung und Aktienanalyse; 4. Auflage 2027. • Jonathan Berk, Peter DeMarzo: Corporate Finance - The Core E5
Workload	90 Stunden
Kontaktstudium	5 Einheiten zu 4 Lektionen Präsenzunterricht + 2 Einheiten zu 4 Lektionen Online-Sessions.
Präsenzpflicht	keine
Kompetenznachweis	Schriftliche, elektronische Prüfung in Moodle am Ende des Semesters (in der offiziellen Prüfungsperiode), zählt 100 %. Prüfungsdauer: 60 Minuten
Hilfsmittel bei schriftlicher Prüfung	<ul style="list-style-type: none"> • Eigener Laptop. • Taschenrechner der Modellreihe TI-30 • Persönliche Notizen im Umfang von maximal 1 Blatt Format DIN A4, doppelseitig bedruckt oder handbeschrieben (oder 2 Blätter Format DIN A4. einseitig bedruckt oder handbeschrieben). • Wörterbuch Muttersprache - Sprache Kompetenznachweis.
Wiederholungsmodalitäten	Schriftliche, elektronische Prüfung in Moodle, Dauer: 60 Minuten, zählt 100%, in der zweiten offiziellen Prüfungsperiode.
Weiterführende, vertiefende Module	Financial Instruments
Studiengang, Semester	MSc Business Administration, 2024-2025, 2 FS, BB, Bern MSc Business Administration, 2024-2025, 4 FS, BB, Bern



UNTO - Unternehmerische Organisationsgestaltung - MWB2017

ECTS	3
Unterrichtssprache	Deutsch
Modultyp	Wahlpflichtmodul
Dozierende	Schell Sabrina
Modulverantwortung	Schell Sabrina
Kurzbeschreibung des Moduls	<p>Unternehmerische Organisationsgestaltung und das während des gesamten Lebenszyklus einer Unternehmung? Wie kann das gelingen?</p> <p>Welche Skills brauchen Unternehmer:innen, wie kann man die Organisation so gestalten, dass sie flexibel und anpassungsfähig ist und bleibt? Wie werden neue Chancen ergriffen und wie kann man auf (disruptive) Innovationen und Krisen reagieren, oder sie sogar initiieren? Mit all diesen Fragen beschäftigt sich dieses Modul.</p> <p>Die Unternehmensentwicklung wird ganzheitlich betrachtet; von der Gründung bis zur Unternehmensnachfolge werden Chancen und Risiken diskutiert und analysiert.</p> <p>Anhand von Praxisbeispielen, Fallstudien und mit Gastvorträgen werden theoretische Grundlagen auf die Praxis übertragen und aktuelle und relevante Themen diskutiert, um die Unternehmer:innen oder Intrapreneure der Zukunft auszubilden.</p>
Eingangskompetenz	Design Thinking

UNTO - Unternehmerische Organisationsgestaltung - MWB2017

Kompetenz

Fachkompetenz:

- Die Studierenden kennen die Grundlagen des Entrepreneurships und können zentrale Begrifflichkeiten wiedergeben.
- Die Studierenden haben einen Überblick über die aktuelle Situation in der Schweiz, in Bezug auf Unternehmertum und können die Chancen und Risiken, in der Schweiz eine Unternehmung zu gründen zu übernehmen analysieren und einschätzen.
- Die Studierenden können ein Tool anwenden, welches Ihnen helfen würde eine Unternehmensgründung durchzuführen.
- Die Studierenden kennen die typischen Phasen von Gründungs- und Wachstumsprozessen, bis zur Unternehmensnachfolge, können diese benennen und erklären, welche Chancen und Risiken mit Ihnen verbunden sind.
- Die Studierenden haben Kenntnis von Organisations- und Teamdesigns und wie man diese auswählt und gestalten kann
- Die Studierenden haben ein Bewusstsein für die Besonderheiten von Familienunternehmen entwickelt und kennen die Fallstricke in Bezug auf die Unternehmensnachfolge.
- Die Studierenden sind in der Lage in jeder Phase des Unternehmenszyklus unternehmerische Gelegenheiten zu identifizieren und zu nutzen.

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

Selbstkompetenzen:

- Die Studierenden üben Selbständigkeit inkl. Reflexionsfähigkeit.
 - Die Studierenden können Feedback geben und annehmen
 - Die Studierenden üben Zeitmanagement
-

UNTO - Unternehmerische Organisationsgestaltung - MWB2017

Inhalt

Lernblock 1: Grundlagen des Entrepreneurship und des Intrapreneurship

- Wo steht die Schweiz?
- Was ist Unternehmertum?
- Wie unternehmerisch bin ich?

Lernblock 2: How to: Unternehmensgründung

- Wie gründe ich ein Unternehmen?
- Was sind die Fallstricke?
- Wie kann ich ein Startup so gestalten, dass es breit unternehmerisch ist?
- Welche Eigentumsformen gibt es?

Lernblock 3: Where to play?

- Wie entwickeln sich Unternehmen im Zeitverlauf?
- Wo und wie finde ich unternehmerische Gelegenheiten?
- Wie kann ich ein "entrepreneurial team" gestalten?

Lernblock 4: Growth

- Was mache ich wenn ich wachse und wachsen will?
- Wie kann ich mein Unternehmen so gestalten, dass es wachsen kann?
- Wo und wie kann ich Unterstützung bekommen?

Lernblock 5: Professionalisierung insbesondere HR

- Wie kann ich eine Organisationsform finden, die mich in meinem Wachstum unterstützt?
- Wie hängen Eigentum und Management in dem Kontext zusammen?
- Wann und wie muss ich anfangen HR/Compliance und Co. zu implementieren?

Lernblock 6: Unternehmensnachfolge

- Wie kann ich ein Unternehmen an die nächste Generation übertragen?
- Welche Rolle spielt die Unternehmensnachfolge in der Unternehmensentwicklung?

Lernblock 7: Familienunternehmen

- Welche Besonderheiten machen Familienunternehmen aus?
- Wie kann ich diese produktiv und unternehmerisch nutzen?

Lehr- und Lernmethode

Die Veranstaltung gliedert sich in sieben Veranstaltungstermine von denen fünf in Präsenz und zwei im Blended Learning Format durchgeführt werden (ob asynchron oder synchron wird im Vorfeld der Veranstaltung bekanntgegeben).

- Basis der Veranstaltung sind Inputreferate durch die Dozentin, sowie vorbereitete Aufgaben durch die Studierenden.
- Die Studierenden bereiten die jeweiligen Veranstaltungen vor und nach, um Gruppendiskussionen, Reflektionen und Fallstudienbearbeitungen zu ermöglichen.

UNTO - Unternehmerische Organisationsgestaltung - MWB2017

Fachliteratur	Fachliteratur wird während des Semesters auf Moodle zur Verfügung gestellt.
Workload	90 Stunden
Kontaktstudium	Die Veranstaltung findet in sieben Lektionen statt. <ul style="list-style-type: none">• Fünf Lektionen finden vor Ort (in Präsenz) statt.• Zwei Lektionen finden online statt (ob synchron oder asynchron wird im Laufe des Semesters bekannt gegeben)
Präsenzpflicht	<ul style="list-style-type: none">• Die Veranstaltung findet in Präsenz statt und beinhaltet Blended Learning Inhalte und Formate, welche ggf. digital über Teams und/oder Moodle durchgeführt werden.• Es wird eine Exkursion am 07.03.2025 stattfinden. Diese ist obligatorisch.
Kompetenznachweis	Der Kompetenznachweis ist zweigeteilt: <ul style="list-style-type: none">• Die Abgabe des semesterbegleitenden Kompetenznachweises erfolgt nach der siebten Sitzung und muss in KW 18 über Moodle abgegeben werden. Dieser wird mit einer Note bewertet und geht zu 40% in die Endnote ein. Bei Nicht Bestehen, wird der Student/die Studentin nicht zur Klausur zugelassen. Es ist keine Nachbesserung möglich.• Die Klausur wird zum Semesterende (offizielle Prüfungswochen) elektronisch geschrieben (60 Minuten). Es können 60 Punkte erreicht werden. 20 Punkte mit Multiple Choice Fragen und 40 Punkte mit offenen Fragen. Die Note der Klausur geht zu 60% in die Endnote mit ein. Bei Nicht Bestehen ist eine Wiederholung zum zweiten Prüfungstermin möglich.
Hilfsmittel bei schriftlicher Prüfung	Wörterbuch - Muttersprache - Sprache Kompetenznachweis
Wiederholungsmodalitäten	<ul style="list-style-type: none">• Der erste Leistungsnachweis kann nicht nachgebessert werden und muss bestanden werden, um zur Klausur zugelassen zu werden• Bei Nicht-Bestehen ist es möglich, die zweite Klausur zum zweiten Prüfungstermin zu wiederholen.
Studiengang, Semester	MSc Business Administration, 2024-2025, 4 FS, BB, Bern MSc Business Administration, 2024-2025, 2 FS, BB, Bern

WWB1 - Wissenschaftliche Werkzeug Box I - MWB2020

ECTS	9
Unterrichtssprache	Deutsch
Modultyp	Pflichtmodul
Dozierende	Endrissat Nada, Pruschak Gernot
Modulverantwortung	Endrissat, Nada; Pruschak Gernot

Kurzbeschreibung des Moduls

- Das Modul befähigt die Studierenden zur selbstständigen Durchführung einer wissenschaftlichen Arbeit indem es sie mit einer "Wissenschaftlichen Werkzeug-Box" ausrüstet
- Dazu werden im Rahmen verschiedener Workshops relevante Schritte des Forschungsprozesses näher betrachtet.
- Im Sinne eines "zoom in" schauen wir uns verschiedene "Methoden und Tools" des wissenschaftlichen Arbeitens an.
- Die Studierenden wenden das Gelernte dann unmittelbar im Rahmen einer übergeordneten Fragestellung direkt an.
- Dabei arbeiten sie sowohl an Einzelaufgaben als auch in Gruppen. Im Rahmen jedes Workshops wird eine individuelle Vorbereitungsaufgabe erbracht, im Workshop selber Inhalte erlernt und geübt und abschliessend eine Gruppennachbereitungsaufgabe erbracht.
- WWB I fokussiert dabei insbesondere auf die Schritte Problemdefinition, Forschungsfrage, Literaturanalyse, Research Design, qualitative und quantitative Datenerhebung. Im Rahmen von WWB II (Herbstsemester 2024) werden dann die Schritte qualitative und quantitative Datenauswertung, Ergebnisdarstellung & Theoriebildung sowie Reflektion & Kommunikation thematisiert.

Eingangskompetenz

- INFO

Kompetenz

Fach- und Methodenkompetenz: Die Studierenden können

- ein relevantes Problem definieren und eine geeignete Forschungsfrage formulieren
- Literatur zu einem Themengebiet analysieren und aufbereiten
- ein Forschungsdesign erstellen
- qualitative und quantitativ mit geeigneten Methoden Daten erheben

Sozial- und Selbstkompetenz : Die Studierenden können

- im Team und auch allein an einer wissenschaftlichen Problemstellung arbeiten
- kritisch über Probleme und Daten denken und reflektieren

Inhalt

1. Problemdefinition und Forschungsfrage
2. Literaturanalyse
3. Research Design
4. Qualitative Datenerhebung
5. Quantitative Datenerhebung

Lehr- und Lernmethode

- individuelle Vorbereitungsaufgaben (Einzelleistung)
- Wissensvermittlung und Anwendung in Übungen in Präsenz in den Workshops
- selbständige Durchführung und Erarbeitung in Nachbereitungsaufgaben (Gruppenbasiert)

WWB1 - Wissenschaftliche Werkzeug Box I - MWB2020

Fachliteratur	Themenspezifische wissenschaftliche Literatur wird zu Beginn der Workshops zur Verfügung gestellt.
Workload	270 Stunden
Kontaktstudium	Workshops on Campus, virtuelle Sprechstunden mit Workshop-Verantwortlichen
Präsenzpflicht	100%
Kompetenznachweis	Gruppenkompetenznachweis (60%) Abgabe finaler Bericht am Sonntag, 06.07.2025 Einzelbewertung (40%) Multiple Choice Klausur während den offiziellen Prüfungswochen
Wiederholungsmodalitäten	<ul style="list-style-type: none">• Um das Modul WWB1 zu bestehen, muss sowohl der Gruppen-Kompetenznachweis als auch der Einzel-Kompetenznachweis bestanden sein. Eine Kompensation zwischen den beiden ist nicht möglich.• Ist der Gruppennachweis nicht bestanden, kann er durch Nachbesserung innerhalb einer gesetzten Frist verbessert werden. Die maximale zu erreichende Note bei einer Nachbesserung beträgt 4.0.• Der Einzelnachweis kann am zweiten Prüfungstermin wiederholt werden.
Weiterführende, vertiefende Module	<ul style="list-style-type: none">• Wissenschaftliches Werkzeugbox II (WWB2)• Master-Thesis (MATH)
Bemerkung	Das Bestehen von WWB1 ist die Voraussetzung zur Belegung des Moduls WWB2
Studiengang, Semester	MSc Business Administration, 2024-2025, 2 FS, BB, Bern MSc Business Administration, 2024-2025, 4 FS, BB, Bern

INIM - Internationales Integrationsmodul - MWB4004

ECTS	3
Unterrichtssprache	Deutsch
Modultyp	Wahlpflichtmodul
Dozierende	Endrissat Nada, Ruf Julian
Modulverantwortung	Endrissat Nada, Ruf Julian
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) 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 /Live Case Challenge 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>Während der Nachbereitungsphase greifen die Gruppen das Feedback vom Statusreport auf und fertigen den Management Report an.</p> <p>Studierende melden sich im 3. Semester verpflichtend für eine der zur Auswahl stehenden Destination an.</p>
Eingangskompetenz	Module aus der Vertiefung Corporate Business Development

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

Vorbereitungsphase:

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

Projektarbeit:

- Einarbeitung in die Gruppenprojekte/Live Case Challenges, Vorbereitung und Organisation für die Projektarbeit im Gastland

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
- Statuspräsentation. Präsentation Zwischenstand Projektergebnisse

Nachbereitungsphase:

- Abschluss Gruppenprojekte und Anfertigung Dokumentation

INIM - Internationales Integrationsmodul - MWB4004

Lehr- und Lernmethode	Vorträge von Dozierenden und Gastdozierenden, Lehrgespräche, Workshops, Firmenbesuche, Projektarbeit/Live case Challenge im Gastland, Präsentationen
Workload	90 Stunden
Kontaktstudium	Kontaktstudium: 50 Stunden Begleitetes Selbststudium: 10 Stunden Selbststudium: 30 Stunden
Präsenzpflicht	Vorbereitungstag: Freitag, 28.03.2025 Studienreise: Athen 04.05.-10.05.2025
Kompetenznachweis	Der Kompetenznachweis besteht aus der Bearbeitung eines Live Cases in Zusammenarbeit mit Griechischen (Start-up) Unternehmen. Der Kompetenznachweis ist eine Gruppenleistung. Dabei können insgesamt 100 Punkte erreicht werden. Die Teilnahme am Programm vor Ort ist zudem obligatorisch. Deadlines für die Bearbeitung des Live Cases: Live Case Projekt Proposal Abgabe Sonntag, 27.04.2025 (Gruppenleistung) Präsentation Statusupdate am Freitag, 09.05.2025 - (Gruppenleistung) Management Report Abgabe 16.06.2025 - (Gruppenleistung)
Wiederholungsmodalitäten	Der Kompetenznachweis kann bei Erreichung einer 3.5 nachgebessert werden. Die maximale Note bei Nachbesserung beträgt 4.0. Alternativ kann der Kompetenznachweis einmalig wiederholt werden (FS 2026).
Bemerkung	Weitere Informationen zum Modulinhalt und Ablauf stehen auf Moodle zur Verfügung. Die Lehr- und Arbeitssprachen in diesem Modul sind 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, 2024-2025, 4 FS, BB, Bern MSc Business Administration, 2025-2026, 4 FS, BB, Bern

MATH - Master Thesis - MWB4007

ECTS	18
Unterrichtssprache	Deutsch
Modultyp	Pflichtmodul
Dozierende	Becker Martina, Gurtner Andrea, Gutsche Robert
Modulverantwortung	Becker Martina, Gurtner Andrea
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.</p> <p>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	WBB1 und WBB2
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 Erst- und Zweitgutachter:innen 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 - Master Thesis - MWB4007

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

Kolloquium

- Eigener Forschungsstand, basierend auf eingereichtem Dokument verständlich präsentieren
- Kritische Reflexionen der eigenen Forschungsarbeit

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 & Verteidigung

Lehr- und Lernmethode

- Selbständige Wahl des Themas in Absprache mit Erstgutachter:innen. Ev. Übernahme eines Themas von einer Auftraggeberin oder einem Auftraggeber (intern/extern)
- Eigenständiges, durch Coaching durch Erstgutachter:innen unterstütztes Verfassen der Master-Thesis
- Präsentation & Verteidigung der eigenen Arbeit

MATH - Master Thesis - MWB4007

Fachliteratur	<p>Alle in den Modulen des Wissenschaftlichen Arbeitens (WBB1 und WBB2) erarbeitete Literatur.</p> <p>Die Studierenden führen selbständig eine themenspezifische Literaturrecherche durch.</p>
Workload	<p>540 Stunden</p>
Kontaktstudium	<ul style="list-style-type: none">• Kolloquium: Präsentation Zwischenstand der Arbeit (KW9 und KW10)• Mündliche Präsentation & Verteidigung der Master-Thesis (KW27)
Kompetenznachweis	<p>Gewichtung</p> <ul style="list-style-type: none">• Schriftliche Arbeit 70%• Mündliche Präsentation 30% <p>Die Teilkompetenznachweise werden gerundet mit halben oder ganzen Noten bewertet.</p> <p>Die Masterthesis gilt nur als bestanden, wenn sowohl die schriftliche Arbeit wie die mündliche Präsentation mit mind. Note 4.0 bewertet werden.</p> <p>Ungenügende schriftliche Arbeiten mit Note 3.5 können nachgebessert werden. Maximale Note nach Nachbesserung ist 4.0.</p> <p>Voraussetzung für die mündliche Präsentation ist eine Bewertung der schriftlichen Arbeit mit mind. der Note 4.0.</p> <p>Zweierarbeiten sind nur in begründeten Ausnahmefällen zugelassen. Die Einzelbeiträge der beiden Studierenden müssen eindeutig abgrenzbar sein und sich zuverlässig einzeln bewerten lassen.</p>
Wiederholungsmodalitäten	<p>Die Master-Thesis kann nur einmal wiederholt werden.</p> <p>Wurde nur die Präsentation als nicht bestanden bewertet, kann diese einmal wiederholt werden.</p>
Bemerkung	<p>Die Masterarbeit umfasst eine empirische Studie. Begründete Ausnahmen sind in Absprache mit Erst- und Zweitgutachter:innen möglich.</p>
Studiengang, Semester	<p>MSc Business Administration, 2024-2025, 4 FS, BB, Bern MSc Business Administration, 2025-2026, 4 FS, BB, Bern</p>