

Bachelorstudium Betriebsökonomie

Studiumsprofil

Studiumsprofil BSc Betriebsökonomie

Autor/in: Prof. Fulvio A. Bottoni
Ausgabestelle: Departement Entrepreneurial Management
Geltungsbereich: Studiengang Betriebsökonomie
Klassifizierung: Nicht klassifiziert
Version: 1.0.0
Ausgabedatum: 31.01.2020
Verteiler:

Änderungskontrolle

Version	Überarbeitung	Autor/in	Datum
1.0	Erstellt	Fulvio Bottoni	31.01.2020

Freigabe durch	Datum

1 Studiumsprofil des BSc Betriebsökonomie

Der Bachelorstudiengang Betriebsökonomie der Fachhochschule Graubünden umfasst 180 ECTS. Dies entspricht einem Abschluss des ersten Studienzyklus mit Niveau 6. ¹

1.1 Profil des Studiengangs

Der Studiengang BSc Betriebsökonomie vermittelt ein breites und fundiertes betriebswirtschaftliches Wissen. Die Studierenden sind in der Lage, anspruchsvolle Aufgaben in den verschiedenen Bereichen des Unternehmens zu übernehmen, diese kritisch zu analysieren und konzeptionell weiterzuentwickeln. Sie übernehmen Fach- und Führungsfunktionen in der Wirtschaft.

Neben der profunden Fachkompetenz im Rechnungswesen, Marketing, Personalwesen und Betriebswirtschaftslehre verfügen die Studierenden über eine hohe Sozialkompetenz, welche durch Kommunikations-, Moderations-, Präsentations- und Reflexionskompetenzen zum Ausdruck kommt.

Die Absolventinnen und Absolventen sind in der Lage, komplexe Zusammenhänge des Unternehmens zu analysieren und zu verstehen und daraus geeignete, effektive und effiziente Massnahmen abzuleiten und umzusetzen.

1.2 Wesentliche Lernergebnisse

Nach Abschluss der Bachelorstufe sind die Studierenden in der Lage, das komplexe System der Unternehmensführung und dessen Wechselwirkungen zu allen Stakeholdern zu verstehen und zu erklären.

Sie können die Unternehmung und den Markt analysieren und geeignete Massnahmen erstellen. Sie sind in der Lage, Marketingkonzepte zu erstellen und umzusetzen. Sie verstehen die finanziellen Grössen der Firma und können den Jahresabschluss erstellen, Kennzahlen ermitteln und interpretieren und Budgets erstellen.

Sie erkennen volkswirtschaftliche Phänomene und zeigen deren Auswirkungen auf das Unternehmen auf. Sie können organisatorische Prozesse analysieren und beurteilen und Optimierungen entwickeln und umsetzen.

Sie kennen verschiedene Instrumente der Kommunikation und sind in der Lage, verbale und nonverbale Signale zu erkennen und zu reflektieren. Ihre Kommunikation ist adressatengerecht und effektiv.

Anhang von Methoden und Modellen können sie die betriebliche Realität als System verstehen und erklären und Tools für die operative und strategische Weiterentwicklung des Unternehmens zielorientiert anwenden.

Der Studiengang fokussiert bei der Vermittlung der Kompetenzen stark auf den Praxisbezug und ermöglicht den Studierenden, Fertigkeiten an konkreten Unternehmensprojekten anzugeignen.

Die Kernkompetenzen der Absolventinnen und Absolventen werden wie folgt zusammengefasst:

- Analyse und Beurteilung von betriebswirtschaftlichen Fragestellungen
- Hohe Handlungs- und Ergebnisorientierung verknüpft mit ausgeprägten Kommunikationsfähigkeiten
- Konzeption und Umsetzung von unternehmerischen Projekten

¹ Vgl. ECTS-Leitfaden 2015, Seite 20

1.3 Berufsprofile der Absolventinnen und Absolventen

Absolventinnen und Absolventen des Studiengangs Betriebsökonomie verfügen über die Kompetenzen, um folgende Funktionen in der Wirtschaft zu übernehmen:

Fachspezialistin und Fachspezialist in den Bereichen Finanz- und Rechnungswesen, Controlling, Portfoliomanagement/Anlageberatung, Personalwesen oder Marketing mit oder ohne Führungsfunktion. Die Funktion beinhaltet die Erledigung von anspruchsvollen operativen Aufgaben, die Analyse und Weiterentwicklung der Bereiche sowie das Erstellen und Umsetzen von Konzepten.

Fachspezialistin oder Fachspezialist in den verschiedenen Branchen der Wirtschaft: Banken und Versicherungen, Treuhand-/Beratungs-/Revisionsunternehmen, Marketingagenturen, Dienstleistungs- und Produktionsunternehmen sowie in der Verwaltung. Gleiche Funktionen wie oben.

Managerin oder Manager von kleinen und mittleren Unternehmen sowie von Abteilungen oder Bereichen in grösseren Unternehmen mit Markt-, Finanz- und Personalverantwortung. Entwicklung von Marketing- und Kommunikationskonzepten, operative und strategische Führung, Begleitung und Umsetzung von Veränderungsprozessen.

Projektleiterin und Projektleiter von unterschiedlichsten Projekten im kaufmännischen Bereich, Projektplanung und -durchführung, Kommunikation nach innen und aussen, Budgetverantwortung und Bindungsglied zwischen den beteiligten Stakeholdern.