

# Modulübersicht Studienrichtung Service Design

<b>1. Semester</b> .....	<b>3</b>
Psychologie .....	3
Mathematik.....	4
Tourismus.....	5
Wissenschaftliches Arbeiten: Theorie .....	6
Unternehmerisches Denken und Handeln .....	7
<b>2. Semester</b> .....	<b>9</b>
Kommunikation .....	9
Führung: Personal und Finanzen .....	10
Wissenschaftliches Arbeiten: Praxis.....	11
VWL: Mikroökonomie.....	12
<b>3. Semester</b> .....	<b>13</b>
Management von Projekten und Finanzen .....	13
Soft Skills: Menschen und Werte .....	14
Recht: Grundlagen .....	15
Statistik.....	16
VWL: Makroökonomie .....	17
<b>4. Semester</b> .....	<b>18</b>
Marketing und Projekte .....	18
Service Innovation .....	19
Service Management.....	20
Wirtschaftsinformatik.....	21
<b>5. Semester</b> .....	<b>22</b>
Consumer Behaviour .....	22
Intercultural Competence .....	23
Markt- und Sozialforschung .....	25
Nachhaltigkeit im Dienstleistungsumfeld.....	26

<b>6. Semester .....</b>	<b>27</b>
Datenbanken .....	27
Marketing in der Praxis.....	30
Recht im Dienstleistungsumfeld.....	31
Service Design: Methodik.....	32
<b>7. Semester .....</b>	<b>34</b>
Business Intelligence & Big Data .....	34
Entrepreneurship and Business Planning .....	35
Service Design:.....	37
Praktische Anwendung.....	37
<b>8. Semester .....</b>	<b>38</b>
Bachelor Thesis .....	38
Consultingprojekt:.....	39
Service Design & Data Analytics .....	39
Services & Daten: Praxis.....	40

# 1. Semester

## Psychologie

### Leitidee

Der Mensch ist ein soziales Wesen. Er lebt und arbeitet in Gruppen, die man als soziale Zellen bezeichnen kann: die Familie, der Freundeskreis, der Sportverein, das Team am Arbeitsplatz. Damit dieses Miteinander gelingt, muss der Mensch wissen, wie seine Mitmenschen "funktionieren". Wer sie sind, wie sie sich in bestimmten Situationen verhalten und wie er mit ihnen umgehen muss. Das allein aber reicht nicht. Er muss auch wissen, wie er selbst "funktioniert". Bei Letzterem hilft ihm unter anderem die Fähigkeit zur Selbstreflexion; bei Ersterem ein gesundes Mass an Menschenkenntnis. In beiden Fällen nützlich sind Kenntnisse der Psychologie.

### Typ

Pflichtmodul

### Umfang

4 ECTS-Punkte

### Lernergebnisse

Die Studierenden

- kennen die wichtigsten Selbst- und Sozialkompetenzen und können diese beschreiben und anhand konkreter Verhaltensweisen erkennen und beurteilen.
- wissen, was man unter sozialer Wahrnehmung versteht, kennen und erkennen die wichtigsten Wahrnehmungsfehler und wissen, wie man diese im Umgang mit anderen Menschen vermeidet.
- wissen, was Psychologie ist, was sie will, was sie kann und weshalb Kenntnisse der Psychologie im Umgang mit sich selbst und anderen Menschen wichtig sind.
- kennen verschiedene Modelle der Persönlichkeits-, der Entwicklungs- und der Gruppenpsychologie und können diese erklären, kritisch beurteilen und anhand von Fallbeispielen und Fallstudien anwenden.
- können eigenes und fremdes Verhalten differenziert wahrnehmen, beschreiben und anhand des erworbenen Wissens erklären, verstehen, kritisch beurteilen und beeinflussen.
- erkennen gruppensdynamische Prozesse, können diese beschreiben, verstehen, erklären und beeinflussen.
- verfügen über ein erweitertes Verhaltensrepertoire im Umgang mit sich selbst (Sozialkompetenzen) und im Umgang mit anderen Menschen (Sozialkompetenzen).

# Mathematik

## Leitidee

Die intensive Schulung des Denkens in der Mathematik-Ausbildung ist von zentraler Bedeutung. Die Fähigkeit des flexiblen formalen und operativen Denkens und der logischen Verknüpfungen ist im industriellen und wirtschaftlichen Umfeld ein wichtiger Erfolgsfaktor.

Der Erwerb von mathematischen Kenntnissen und Fähigkeiten erweitert nicht nur den eigenen Erkenntnishorizont, sondern führt auch zur Entwicklung innovativer Ideen und besonders zur Interdisziplinarität.

Bei der Bereitstellung der mathematischen Werkzeuge orientiert sich der Mathematikunterricht an den Bedürfnissen der Module und Kurse in den Dienstleistungs- und Wirtschaftsstudiengängen.

## Typ

Pflichtmodul

## Umfang

4 ECTS-Punkte

## Lernergebnisse

Die Studierenden ...

- können grundlegende arithmetische Operationen ausführen.
- kennen und verstehen die elementarsten Grundlagen der Funktionenlehre.
- kennen und verstehen die grundlegendsten Eigenschaften linearer und quadratischer Funktionen.
- können einfachere lineare Gleichungen und Gleichungssysteme lösen.
- können einfachere quadratische Gleichungen lösen.
- können einfachere Ausdrücke logarithmieren.
- können die Zinseszins- und Rentenrechnung in ausgewählten einfacheren Beispielen anwenden.
- kennen und verstehen die einfachsten Grundbegriffe der Differentialrechnung.
- können einfachere Polynom- und elementarste Exponentialfunktionen ableiten.
- können die Differentialrechnung für Kurvendiskussion, Minima- und Maximaufgaben in ausgewählten einfacheren Problemstellungen der Wirtschaftswissenschaften anwenden.
- können Grenzkosten-, Grenzertrags- und Grenzprofit-Funktionen in ausgewählten einfacheren Beispielen mit Hilfe der Differentialrechnung bestimmen.
- kennen und verstehen die einfachsten Grundbegriffe der Integralrechnung.
- können einfachere Polynom- und elementarste Exponentialfunktionen integrieren.
- können Konsumenten- und Produzentenrenten in ausgewählten einfacheren Beispielen mit Hilfe der Integralrechnung bestimmen.

# Tourismus

## Objective

The objective of the module is acquire core knowledge about the national and international tourism market.

Tourism is a global industry with approximately 1 billion international trips taken annually. Tourism is a major source of income with both, positive and negative impacts, not only on an international scale, also for all size of destinations. Tourism business deals with the organization of journeys away from home and the way in which tourists are welcomed and catered for in the destinations.

## Type

Mandatory module

## ECTS credits

4 ECTS credits

## Learning outcomes

Professional competence:

- Knowledge of the national and international tourism market, as well as sustainability and ethics in tourism

Methodological competence

- Ability to communicate with the recipient in mind

Social competence

- Ability to work collaboratively in an intercultural context

Self-competence

- Capacity for (self) reflection and self-organisation

# Wissenschaftliches Arbeiten: Theorie

## **Leitidee**

Studierende erhalten Grundlagen sowie Praxiserfahrung im wissenschaftlichen Arbeiten. Zudem erlernen Sie Entscheidungsmethoden.

## **Typ**

Pflichtmodul

## **Umfang**

4 ECTS-Punkte

## **Lernergebnisse**

Die Studierenden können ein wissenschaftliches Thema eingrenzen und eine wissenschaftliche Frage formulieren.

Die Studierenden können selbständig eine wissenschaftliche Studienarbeit zu verfassen;

Die Studierenden sind in der Lage für typische Fragestellungen aus dem Bereich Touristik jeweils geeignete Entscheidungsmethoden auszuwählen und anzuwenden.

Die Studierenden haben erkannt, dass Entscheidungen die in (heterogen zusammengesetzten) Gruppen getroffen werden meist von besserer Qualität als Einzelentscheidungen sind.

Die Studierenden sind in der Lage eigene, individuelle Lösungsansätze für Entscheidungsprobleme zu entwickeln, umzusetzen und gegen Kritiker zu verteidigen.

# Unternehmerisches Denken und Handeln

## Leitidee

- Grundlegendes (=theoretisch fundiert und praxisorientiert) Verständnis für unternehmerische In- und Umwelten. Begreifen der zentralen Wirkungszusammenhänge eines Unternehmens in einem dynamischen System.
- Erarbeitung einer betriebswirtschaftlichen Methodenkompetenz und
- konstruktiv-kritische Auseinandersetzung mit fallbasierten Problemstellungen aus verschiedenen Perspektiven in Einzel- und Gruppenarbeit.

## Typ

Pflichtmodul

## Umfang

4 ECTS-Punkte

## Lernergebnisse

Primäre Ergebnisse: Die Studierenden sollen

- betriebswirtschaftliche Methodenkompetenz demonstrieren, indem sie unterschiedliche unternehmerische Problemstellungen untersuchen und mit Methodik bearbeiten,
- bedeutende BWL-Konzepte und -Instrumente am Praxisfall einsetzen und begreifen.
- Aufträge termingerecht bearbeiten, einreichen und konstruktiv zu Gruppenarbeiten beitragen,
- Mitverantwortung für den persönlichen Lernerfolg und jenen der Gruppe tragen.

Fachlich: VERSTEHEN

- das St. Galler Managementmodell und seine Elemente als ganzheitlichen und systematischen Ansatz, um komplexe Problemstellungen anzupacken,
- verstehen wie ein Unternehmen im Wirtschaftssystem interagiert und funktioniert,
- kennen und verstehen die Bedeutung von Anspruchsgruppen und Werten hinsichtlich langfristigem Unternehmenserfolg,
- was Strategien sind und wie sie entwickelt werden,
- und Organisationen gebildet werden,
- und beschreiben die wichtigsten Leistungs-, Prozess- und Unternehmensarten,
- verstehen, welche Rolle die Unternehmenskultur für die Erreichung von Zielen spielt,
- und unterscheiden die bedeutendsten Organisations- und Kooperationsformen.

ANWENDEN:

- wenden das St. Galler Managementmodell als Analyse- und Entwicklungsraster für die Lösung unternehmerischer Problemstellungen methodisch korrekt an.
- können ausgewählte betriebswirtschaftliche Methoden, Verfahren und Instrumente am konkreten Sachverhalten/Praxisfall strukturiert anwenden

INTERAGIEREN/PROBLEMLÖSEN:

- lösen selbständig und im Team betriebswirtschaftliche Aufgabenstellungen und bringen eigenständige Beiträge in die Gruppe ein.



## 2. Semester

# Kommunikation

### Leitidee

Weil der Mensch ein soziales Wesen ist, befindet er sich dauernd im Austausch mit anderen Menschen: ob privat oder beruflich. Damit dieser Austausch gelingt, benötigt er nebst einer stark ausgeprägten Menschenkenntnis vor allem gut entwickelte kommunikative Fähigkeiten. Diese kommunikativen Fähigkeiten sind ein zentraler Bestandteil der Sozialkompetenz.

Ziel des Moduls ist es, Wissen zu vermitteln und Fähigkeiten zu fördern, die den Studierenden helfen, eigenes und fremdes Verhalten in der Kommunikation zu verstehen und somit bewusster und erfolgreicher mit anderen Menschen umzugehen und zu arbeiten.

### Typ

Pflichtmodul

### Umfang

4 ECTS-Punkte

### Lernergebnisse

Die Studierenden

- kennen die Axiome der Kommunikation, können diese erklären und wissen, welche Bedeutung sie für die Kommunikation im privaten und beruflichen Alltag haben.
- kennen die verschiedenen Formen der nonverbalen Kommunikation und sind fähig, nonverbale Signale zu erkennen und richtig zu deuten.
- kennen verschiedene Modelle der Kommunikation und können diese erklären, kritisch beurteilen und anhand von Fallbeispielen und Fallstudien anwenden.
- kennen die Funktion von Feedback und die Regeln, nach denen es gegeben und empfangen wird, und sind fähig, sich in der Feedback-Situation diesen Regeln entsprechend zu verhalten.
- erkennen Konflikte und können sie mit Hilfe unterschiedlicher Theorien und Modelle beschreiben, analysieren und konstruktiv bewältigen.
- wissen, was man unter emotionaler Intelligenz versteht.
- wissen um die Bedeutung von Gefühlen in der Kommunikation und können sie bei sich und bei anderen erkennen, benennen, beschreiben und verbalisieren.
- können anhand des erworbenen Wissens eigenes und fremdes Verhalten in der Kommunikation beschreiben, erklären, reflektieren und in unterschiedlichen Alltagssituationen steuern resp. beeinflussen.

# Führung: Personal und Finanzen

## **Leitidee**

In diesem Modul vertiefen die Studierende ihre Finanz- und Buchhaltungs-kenntnisse und sie erhalten Grundwissen über den Führungsprozess.

## **Typ**

Pflichtmodul

## **Umfang**

6 ECTS-Punkte

## **Lernergebnisse**

Studierende...

- verstehen Finanzbuchhaltung
- können Anpassung der Zahlen der Finanzbuchhaltung je nach kostenrechnerischem Verwendungszweck vornehmen
- sind in der Lage, Führungssituationen und Führungsverhalten zu analysieren und zu beurteilen

# Wissenschaftliches Arbeiten: Praxis

## Leitidee

In diesem Modul erhalten die Studierenden wichtige Kompetenzen um wissenschaftliche Arbeiten korrekt verfassen zu können und entsprechend präsentieren. Zudem erhalten sie Grundkenntnisse im Bereich Wissensmanagement.

## Typ

Pflichtmodul

## Umfang

6 ECTS-Punkte

## Lernergebnisse

Die Studierenden

- können eine Studienarbeit konform- und Methoden-gemäß schreiben.
- können ein Thema Präsentieren auf überzeugender Art und Weise
- kennen wichtige Erfolgs- bzw. Misserfolgskriterien entsprechender Maßnahmen im Wissensmanagement.

# VWL: Mikroökonomie

## Leitidee

Die volkswirtschaftlichen Rahmenbedingungen und Gesetzmässigkeiten sind zentral für die Herleitung unternehmerischer Entscheide und Strategien.

Die Mikroökonomie befasst sich mit dem Funktionieren und Zusammenspiel von Märkten und Politik. Deren Kenntnisse sind eine Voraussetzung für den optimalen Einsatz knapper Ressourcen in marktwirtschaftlichen Aktivitäten und bei staatlichen Eingriffen.

## Typ

Pflichtmodul

## Umfang

4 ECTS-Punkte

## Lernergebnisse

- Die Studierenden kennen die Grundkonzepte der mikroökonomischen Theorie (insbesondere Angebot und Nachfrage, Marktgleichgewicht, Elastizitäten, Konsumenten- und Produzentenrente) und deren Anwendung in unterschiedlichen Bereichen.
- Sie verstehen das grundlegende ökonomische Problem der Allokation knapper Ressourcen und die Anwendung der Mikroökonomie zur Lösung dieses Problems. Dies umfasst insbesondere ein fundiertes Verständnis des Angebots- und Nachfrageverhaltens von Akteuren, der Funktionsweise von Märkten (inkl. Formen des Marktversagens), sowie der Preisbildung bei verschiedenen Marktformen und die Wirkung staatlicher Eingriffe.
- Sie können die Funktionsweise, Stärken und Grenzen von Märkten sowie die Rolle und Wirkung staatlicher Eingriffe selbstständig abschätzen und beurteilen und dies auf ihr eigenes Arbeitsumfeld (ihre Branche) übertragen.

## 3. Semester

### Management von Projekten und Finanzen

#### Leitidee

Die Studierenden lernen Projekte richtig durchzuführen und verschiedene Probleme aus den Bereichen des Finanz- und Rechnungswesens zu bearbeiten im Bereich Tourismus.

#### Typ

Pflichtmodul

#### Umfang

4 ECTS-Punkte

#### Lernergebnisse

Studierende

- sind in der Lage ein Projekt zu planen, durchzuführen und korrekt abzuschließen
- können eine finanzielle Planungsrechnung (Liquiditätsplan, Bilanz, Erfolgsrechnung, Geldflussrechnung) erstellen und diese in der korrekten Form ausweisen
- können die wichtigsten Instrumente der Investitionsrechnung (Statische und Dynamische Verfahren) anhand praktischer Beispiele einsetzen
- können einfache Finanzanalysen durchführen

# Soft Skills: Menschen und Werte

## **Leitidee**

In diesem Modul erhalten die Studierenden weitere Soft Skills in Soziologie und Wirtschaftsethik. beide Themenbereiche sind im Tourismus von grosser Bedeutung.

## **Typ**

Pflichtmodul

## **Umfang**

4 ECTS-Punkte

## **Lernergebnisse**

Studierende

- sind in der Lage, soziale Prozesse zu beschreiben und zu analysieren und deren mögliche Auswirkungen zu beurteilen.
- können die Vielfalt betroffener Interessen und die involvierten Macht- und Gewaltanteile analysieren, bewerten und unterschiedliche Lösungswege für Konflikte aufzeigen, die in verschiedenen Gesellschaftsbereichen auftreten können.

# Recht: Grundlagen

## **Leitidee**

Im modernen sozialen, politischen und wirtschaftlichen Kontext ist es unabdingbar, über grundlegende Rechtskenntnisse zu Verfügung, um normadäquat handeln und auf rechtliche Veränderungen kompetent reagieren zu können.

In den Bereichen Vertragsrecht, Haftpflichtrecht und Personenrecht sind die Studierenden in der Lage, auch komplexere Fälle selbständig zu lösen. In den übrigen Bereichen verfügen sie über juristische Mithör- und Mitsprachekompetenz, um entscheiden zu können, welche Rechtsprobleme sie selbst zu erledigen vermögen, und wo sie auf die Hilfe einer Juristin angewiesen sind.

## **Typ**

Pflichtmodul

## **Umfang**

4 ECTS-Punkte

## **Lernergebnisse**

Die Studierenden können am Schluss des Moduls allgemeine Rechtsfragen aus dem Gebiet des OR, des ZGB sowie des SchKG einordnen und lösen.

# Statistik

## Leitidee

Das Modul „Statistik“ vermittelt unabdingbare Kenntnisse, im Unternehmenskontext Daten zu erheben, aufzubereiten, zu analysieren und damit Informationen zu gewinnen, welche die Entscheidungsgrundlagen des Managements stärken.

## Typ

Pflichtmodul

## Umfang

4 ECTS-Punkte

## Lernergebnisse

Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul sind die Studierenden in der Lage,

- die Masszahlen der beschreibenden Statistik (Mittelwerte, Streuungsmasse, Häufigkeiten, Verhältniszahlen, Konzentrationsmasse und Korrelationskoeffizienten) zu berechnen und zu interpretieren
- wahrscheinlichkeitstheoretische Überlegungen anzuwenden
- von der Stichprobe auf die Grundgesamtheit zu schliessen sowie hypothesentestende Verfahren (Mittelwerttest, Test auf Differenz von Mittelwerten, Test auf Unabhängigkeit, lineare Einfachregression) anzuwenden und zu interpretieren
- Excel oder R zur Lösung statistischer Problemstellungen effizient zu nutzen



# VWL: Makroökonomie

## Leitidee

Die volkswirtschaftlichen Rahmenbedingungen und Gesetzmässigkeiten sind zentral für die Herleitung unternehmerischer Entscheide und Strategien.

Die Makroökonomie befasst sich mit den gesamtwirtschaftlichen Zusammenhängen und den Steuerungsmöglichkeiten durch den Staat. Makroökonomische Grundkenntnisse sollen die Studierenden in die Lage versetzen, die kurz- und langfristige Entwicklung des wirtschaftlichen Umfelds sowie die Auswirkungen allfälliger wirtschaftspolitischer Interventionen mit Blick auf die eigene wirtschaftliche Aktivität (als Produzent und Konsument, Arbeitgeber und Arbeitnehmer) richtig einzuschätzen.

## Typ

Pflichtmodul

## Umfang

4 ECTS-Punkte

## Lernergebnisse

Die Studierenden kennen die Grundkonzepte der Makroökonomie (insbesondere aggregiertes Angebot und aggregierte Nachfrage, Wirtschaftswachstum und Konjunktur, Inflation und Arbeitslosigkeit) und deren Anwendung in der wirtschaftspolitischen Analyse.

Sie verstehen die Grundzüge der makroökonomischen Theorie und deren Anwendung auf konkrete Probleme. Dies umfasst insbesondere ein fundiertes und kritisches Verständnis der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung und des Bruttoinlandsprodukts BIP (Konzeption und Messung), der Erklärung von langfristigem Wirtschaftswachstum und kurzfristigen Konjunkturschwankungen, der Arbeitslosigkeit, der Rolle des Geldes und der Inflation sowie der Funktionsweise und Wirkung der Fiskal- und Geldpolitik.

Die Studierenden können die Funktionsweise der Gesamtwirtschaft erklären und die Steuerungsmöglichkeiten der Fiskal- und Geldpolitik selbständig beurteilen. Sie können die makroökonomischen Konzepte auf ihr eigenes Arbeitsumfeld (ihre Branche) übertragen.

## 4. Semester

### Marketing und Projekte

#### Leitidee

In diesem Modul lernen die Studierenden Marketing als Grundfunktion in Wirtschaft und Dienstleistungen kennen. In dem zweiten Teil des Moduls wird die Praxiserfahrung in Projektmanagement vertieft.

#### Typ

Pflichtmodul

#### Umfang

4 ECTS-Punkte

#### Lernergebnisse

Die Studierenden können:

- Marketing als marktorientiertes Management interpretieren
- Grundidee und Grundbegriffe des Marketings erläutern
- Grundsätze der strategischen Marketingplanung erklären
- Instrumente der Marketing-Situationsanalyse zusammenfassen
- Einflussfaktoren aus der Mikro-, Makro- und Unternehmungsebene identifizieren und interpretieren
- Kunden und Kundenwissen in seiner Bedeutung darstellen
- Instrumente der Marketing-Strategieentwicklung unterscheiden
- 4Ps des Marketing-Mix erläutern
- Marketing-Umsetzung, -Organisation und -Controlling erklären
- Die theoretischen Grundlagen von Projektmanagement (PM), die sie gelernt haben, anwenden.
- Verschiedene PM Ansätze miteinander vergleichen und aus ihnen auswählen.
- Eigene PM Umsetzungskonzepte entwickeln und diese begründen.
- Geeignete PM-Werkzeuge und Hilfsmittel auswählen und anwenden.
- Team- und Führungssituationen analysieren, Veränderungsmaßnahmen entwickeln und umsetzen.
- Präsentationen vorbereiten und halten, die für das jeweilige Publikum geeignet sind.
- Geschäftsbesprechungen vorbereiten, durchführen, analysieren und in nachfolgenden Besprechungen zeitnah Verbesserungen umsetzen.
- Selbst und von anderen Personen durchgeführte Reflexionen durchführen und bewerten.
- Ihr eigenes Verhalten auf der Grundlage der Reflexion anpassen.

# Service Innovation

## Leitidee

Der Kurs Innovationsmanagement zeigt auf, warum Unternehmen innovieren, wie Innovation organisiert und entlang eines Prozesses umgesetzt werden. Dabei werden verschiedene Prozesse mit den entsprechenden Voraussetzungen bzw. Vor- und Nachteilen diskutiert.

Inhaltlicher Schwerpunkt des Kurses Design Thinking bildet das Vermitteln der Design Thinking Methodologie und Tools anhand eines Fallbeispiels. Den Studierenden soll durch das Durchlaufen des Prozess Design Thinking als Ganzes verständlich machen und ihnen die Gelegenheit bieten, dieses Verständnis in einer Design Challenge anzuwenden.

## Typ

Pflichtmodul

## Umfang

4 ECTS-Punkte

## Lernergebnisse

Die Studierenden sind in der Lage

- die wichtigsten Begrifflichkeiten und Grundlagen sowie die Erfolgsfaktoren des Innovationsmanagements zu benennen
- die Ziele, Aufgaben und Prozesse des Innovationsmanagements zu erläutern
- Modelle und Prozesse in Gruppen anhand eines frei zu bestimmenden Unternehmens anzuwenden
- die Bedeutung von Design Thinking zu erklären
- den Design Thinking Prozess und die wichtigsten Tools zu beschreiben
- die Design Thinking Methodologie und Tools an einer Challenge anzuwenden

# Service Management

## Objective

Knowledge of service management and marketing is becoming increasingly important in order to understand social and economic phenomena. Since the service sector is continuously growing, it is beneficial to understand the unique challenges that service management entails, as compared to the manufacturing of products. This is particularly true in the tourism industry, which is almost a pure service industry. The course will present students with various tools and models to use when analysing, developing, managing, and marketing service offerings.

## Type

Mandatory module

## ECTS credits

4 ECTS credits

## Learning outcomes

### Professional competence

Students ...

- Comprehensively understand similarities and differences between manufacturing and services companies in terms of organisation and business processes
- Understand the challenges in service marketing and management and apply the learnings in the specific segment
- Systematically analyse aspects of marketing and leadership of service driven companies
- Recognise and understand different types of services delivered by current services-based organisations
- Recognise, anticipate and accommodate the uncertainties inherent in a service-based process

### Methodological competence

Students ...

- Understand, select and apply appropriate modelling methodologies and tools of service marketing and management
- Apply tools such as service blueprints and customer journey maps that are useful for service managers and marketers

### Social competence

- Students develop a customer and service-driven business attitude

# Wirtschaftsinformatik

## Leitidee

Die Grundlagen der Informatik bilden die Eingangskompetenzen für alle weiteren Module im Bereich Informations- und Kommunikationssysteme.

Sie dienen der Bewältigung von Aufgaben in der Unternehmenspraxis, um potenzielle Lösungsmöglichkeiten mit digitalen Werkzeugen zu erkennen, zu beurteilen und zu bewältigen.

## Typ

Pflichtmodul

## Umfang

4 ECTS-Punkte

## Lernergebnisse

Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul können die Studierenden:

- die gängigen Rechnertypen, deren Betriebssysteme und Einsatzgebiete unterscheiden;
- Zahlen in verschiedenen Zahlensystemen darstellen und verschiedene Zeichenkodierungen differenzieren;
- den grundsätzlichen Aufbau und die Arbeitsweise eines Rechners wiedergeben;
- den Aufbau von Computernetzwerken und des Internets beschreiben;
- System- und Anwendungssoftware definieren und differenzieren;
- die Grundlagen der Datensicherheit und des Datenschutzes kennen und verstehen;
- die wichtigsten Dokument- und Dateiformate charakterisieren und zugehörige Anwendungssysteme nennen;
- fachspezifische Kenntnisse pro Studiengang (siehe unter Inhalte).

## 5. Semester

### Consumer Behaviour

#### Objective

Consumer Behaviour is the study of the processes involved when individuals or groups select, purchase, use or dispose of products, services, ideas or experiences to satisfy needs and desires. This course introduces students to theory and practice in consumer behaviour with a specific emphasis on tourism. The rationales for and limitations to consumer behaviour in general and tourism in particular are addressed and recent developments in this area are discussed.

#### Type

Mandatory module

#### ECTS credits

4 ECTS credits

#### Learning outcomes

##### Professional competence

(Social and cultural theories):

Students ...

- explain how customers use products and services to define their identities
- analyse the range of consumer needs that a given product can satisfy
- demonstrate in which way other people often influence consumers' decisions about what to buy
- justify that marketers need to be concerned about a consumer's evaluation of a product after he or she buys it as well as before
- critically reflect on the consumption process, from buying to disposing of products and services.

##### Self-competence

- explain why we interpret the stimuli to which we pay attention
- demonstrate how people's self-concept influences their behaviour in the marketplace
- demonstrate and prove that decision making is not always rational

##### Methodological competence

- examine and critically evaluate consumer behaviour theories and models

# Intercultural Competence

## Objective

Students will acquire theoretical knowledge about those potentially contrary functions of culture and apply that knowledge in practical exercises. Students will practice cultural studies in a hands-on manner by analysing varying artifacts such as movies, self-help books, advertisements, human rights and buildings and by conducting, inter alia, site inspections. The second part of this module will focus on the application of skills to a simulated business environment with a view of gaining learning and business insight through a highly experiential approach.

## Type

Mandatory module

## ECTS credits

6 ECTS credits

## Learning outcomes

### Professional competence

Students will be able to ...

- compare different approaches to the concept of culture and define 'culture' as applied in cultural studies.
- study how cultural practices, institutions and human artifacts may shape, reflect, reproduce or question ideas, beliefs and value systems.
- scrutinise mechanisms of inclusion and exclusion put in place by cultural practices and relate these mechanisms to the social and political order.
- evaluate different cultural practices in their function to create and stabilise the sociopolitical order and to exert power and domination.
- to strategically analyse a number of competitive business situations with regard to the hospitality / Tourism industry;
- to appraise and prioritise relevant available information and identify issues requiring immediate attention and long term business actions, including ethical dimensions;
- to prepare a coherent action plan in relation to a service business strategy considering the financial implication of the decision-making process as well as issues pertaining to the sustainability of the decisions taken

### Methodological competence:

- use and test their ability to communicate in a receiver-oriented manner.
- use digital media and tools specifically.
- formulate a sound situation analysis based on accurate research data;
- Manage projects

- to decide what a manager should and should not do in guiding a business to success;
- to present effectively a result analysis and make recommendations.

**Social competence**

- develop the basics for cooperation in an intercultural context and for ethical and sustainable action.
- to cooperate in an intercultural context
- to be aware of (inter-) cultural issues in international management

**Self-competence**

- to be able to reflect on their own performance and behavior and how it affects group dynamics
- to communicate in English
- to communicate and present findings using drawings and graphics as a tool.



# Markt- und Sozialforschung

## **Leitidee**

Markt und -Sozialforschung verstehen und selber anwenden

## **Typ**

Pflichtmodul

## **Umfang**

4 ECTS-Punkte

## **Lernergebnisse**

Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul sind die Studierenden in der Lage,

- die wesentlichen Grundlagen qualitativer und quantitativer Forschungsmethoden zu überblicken;
- diese auf konkrete Forschungsfragen anzuwenden, d.h. sowohl die Erstellung des Forschungsdesigns als auch die Datenerhebung, -analyse und -interpretation durchzuführen;
- in wissenschaftlichen Publikationen den Einsatz von Methoden der empirischen Sozialforschung kritisch zu analysieren und zu bewerten.

# Nachhaltigkeit im Dienstleistungsumfeld

## Leitidee

Die Studierenden kennen und verstehen die Grundlagen und wichtigsten Konzepte der nachhaltigen Entwicklung. Interesse und Lust am Thema sollen geweckt und vermittelt werden. Sie sollen motiviert werden, nachhaltige Entwicklung zu einem Grundwert ihres beruflichen und persönlichen Handelns zu machen.

## Typ

Pflichtmodul

## Umfang

4 ECTS-Punkte

## Lernergebnisse

### **Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul verstehen die Studierenden:**

- Nachhaltige Entwicklung im ökonomisch-ökologisch-sozialen Kontext und kennen die zentralen Treiber und Herausforderungen.
- Die Umsetzungsansätze der auf staatlicher Ebene und in Unternehmen.
- Die Bedeutung einer effizienten Nutzung von Ressourcen.
- Wie Unternehmen ihre wirtschaftlichen Handlungen und Zielsetzungen auf die Rahmenbedingungen (Umwelt und Interessengruppen) ausrichten.
- Den Bezug verschiedener Module aus ihren Studiengängen zum Thema Nachhaltigkeit.

### **Sie sind nach erfolgreicher Teilnahme am Modul in der Lage,**

- den Nachhaltigkeitsbezug von verschiedenen Themen aus dem öffentlichen, beruflichen und privaten Umfeld zu erkennen und kritisch zu beurteilen.
- erwünschte Zukunftsszenarien mit Blick auf eine nachhaltige Entwicklung zu formulieren
- sich aktiv für eine nachhaltige Entwicklung einzubringen

## 6. Semester

### Datenbanken

#### Leitidee

In diesem Kurs lernen die Studierenden den Gebrauch von Daten entlang des Service Design Thinking-Prozess. Zuerst bestimmen wir mit Hilfe der Ideenfindung die notwendigen Datenquellen. Handelt es sich um interne oder externe Daten oder müssen die Daten erst erhoben werden? Wie kann man messen, dass die Daten den Ansprüchen entsprechen? Unterschiedliche Datenformate sowie Umformungen werden diskutiert. Im zweiten Schritt erlernen die Studierenden, wie sie ihr eigene Datenbasis aufbauen und mit Hilfe von SQL (structured query language) zielgerichtete Informationen extrahieren können. In diesem Zusammenhang wird die Theorie der Relationalen Datenbanken besprochen und angewendet. Im letzten Schritt wird der Unterschied zwischen Daten einerseits und Big Data andererseits aufgezeigt sowie auf die spezifischen Methoden für die Auswertung von Big Data eingegangen.

In diesem Kurs werden die folgenden Fragen adressiert und beantwortet:

- Wie bestimmt und findet man die notwendigen Datenquellen für spezifische Fragestellungen?
- Was bedeutet «Datenqualität» und wie kann diese kontrolliert resp. sichergestellt werden?
- Welche Methoden gibt es, um Datenbanken zu erstellen?

#### Typ

Wahlpflichtmodul

#### Umfang

4 ECTS-Punkte

#### Lernergebnisse

Nach Abschluss dieses Moduls sind die Studierenden in der Lage

##### Fachkompetenz:

- Datenquellen zu ermitteln.
- Die Bedeutung von Big Data anhand eines Beispiels zu erklären

##### Methodenkompetenz:

- Datenqualität zu überprüfen resp. sicherzustellen
- Ihre eigene Datenbank zu erstellen.
- Die Grundkonzepte und Architektur von relationalen Datenbanksystemen darzulegen

- Die Structured Query Language (SQL) für die Erstellung, Manipulation und Abfrage von Datenbanken anzuwenden

**Selbstkompetenz:**

- Das erworbene Wissen auf eigene Projekte anzuwenden und Ergebnisse kritisch zu reflektieren

# eTourism

## Objective

Individuals and organizations often assume that all innovations in IT are per se good and therefore embrace new technologies. Internet offers tourism enterprises opportunities to develop their business and to gain a competitive advantage by lowering labour, distribution and marketing costs while increasing sales and service quality. Over hyped technologies, poor implementation and unintended consequences, however, may offset the benefits claimed for new technology, and so backfire. Developing strategies in eTourism with a focus on online marketing and advertising is the objective of this module.

## Type

Mandatory module

## ECTS credits

4 ECTS credits

## Learning outcomes

Professional competence

- Students are able to explain key terms and tools of Information Communications Technologie (ICT) in tourism
- Students are able to give examples for current developments in the touristic use of ICT
- Students can illustrate the impact of ICT strategies for touristic players
- Students relate topics discussed to the special situation of tourism in the alps (eg. prevalence of SMEs), (Sustainability & Ethics competence)

Methodological competence

- Students can recommend ICT strategies for touristic players regarding the creation of competitive advantage
- Students manage to create an online marketing campaign using Google Ads

Social competence

- Students are able to organize a professional, project-based cooperation with a real world company.

Self-competence

- Students develop a professional terminology for online tourism in a foreign language (English).
- Students are able to critically evaluate their own project work and present their findings to an audience.

# Marketing in der Praxis

## **Leitidee**

Dieses Modul konzentriert sich auf die verschiedenen Bereiche des Dienstleistungsmarketings sowie Trends und Entwicklungen im Tourismus.

## **Typ**

Pflichtmodul

## **Umfang**

6 ECTS-Punkte

## **Lernergebnisse**

- die Tourismusbranche national und international zu beschreiben.
- die Trends und Entwicklungen im Tourismus und in den benachbarten Bereichen zu nennen und zu erklären
- Prozesse im Dienstleistungsmarketing und die Entwicklung des touristischen Marketing-Mixes verstehen (inkl. einiger Disziplinen im digitalen Marketing mit Bezug zum Tourismus)
- einen strategischen Marketingansatz im digitalen Zeitalter des Tourismussektors und geeignete Methoden des Dienstleistungsmanagements, der Preisgestaltung, der Kommunikation und des Vertriebs zu analysieren
- grundlegende Prozesse, Modelle und Funktionen im Tourismusmarketing anwenden und Tourismusmarketingstrategien erkennen, um einen Marketingplan einer touristischen Dienstleistung zu erstellen

# Recht im Dienstleistungsumfeld

## **Leitidee**

Es wird unter anderem eine Einführung in die Rechtslage abhängig vom Transportmittel (Bahn, Schiff, Flugzeug) noch ohne Pauschalreisegesetz (PauRG), jeweils mit Fällen aus der Praxis gegeben. Zudem wird das Thema Datenschutz in der Schweiz und die Datenschutz-Verordnung behandelt.

## **Typ**

Pflichtmodul

## **Umfang**

4 ECTS-Punkte

## **Lernergebnisse**

### **Fachkompetenz**

Die Studierenden kennen die Grundlagen des Gesellschafts- und Immaterialgüterrechts und der wichtigsten Rechtsprobleme im Bereich des Tourismus.

Die Studierenden kennen die Stärken und Schwächen des Datenschutz Gesetz.

### **Methodenkompetenz**

Die Studierenden können das theoretische Wissen auf praxisorientierte Fälle anwenden und ihre Lösung überzeugend begründen.

# Service Design: Methodik

## Leitidee

Das Modul „Service Design Methodik“ ist entlang des Double-Diamond-Prozesses und den 4 Phasen «Discover», «Define», «Develop» und «Deliver» aufgebaut (Liedtka et al., 2011). Pro Phase werden einzelne Konzepte und Methoden des Service Design Ansatz im Unterricht erarbeitet. Das Modul Service Design Methode dient als theoretische Grundlage für das 7. und 8. Semester in denen an einem konkreten Projekt gearbeitet wird.

## Typ

Wahlpflicht

## Umfang

4 ECTS-Punkte

## Lernergebnisse

Die Studierenden....

- können die Grundsätze von Service Design bestimmen
- können eine Situation ganzheitlich erfassen und kennen entsprechende Methoden dazu
- können prozessspezifische Methoden entlang des Double-Diamond-Prozesses erarbeiten und in die jeweiligen Prozessschritte einordnen
- Können das Erfassen von Erkenntnissen systematisch bearbeiten
- können das Testen von Dienstleistungen in Form von Prototypen planen
- können einen Kurz-Workshop planen und durchführen
- können ein Projekt gewinnbringend und überzeugend entlang einer «Story» präsentieren

Fachkompetenzen:

- Innovationsarten, -prozesse und -methoden
- Dienstleistungsinszenierung, -entwicklung und Optimierungen
- Design Thinking, Systems Thinking und Service Design-Mindset
- Kundenbedürfnisse und User Experience
- Prototyping

Methodenkompetenzen:

- Service Design Methoden und Werkzeuge entlang des Prozesses zielgerichtet einsetzen
- Methoden des Dienstleistungsmanagements

Sozialkompetenzen:

- Zur Teamfähigkeit
- Zur zielgruppenspezifische Kommunikation

Selbstkompetenzen:



- Lernen Herausforderungen pragmatisch anzugehen;

## 7. Semester

### Business Intelligence & Big Data

#### Leitidee

Das Modul „Business Intelligence“ baut auf dem Modul Datenbanken auf und beschäftigt sich mit der Analyse von strukturierten Daten (Data Warehousing) und unstrukturierten Daten (Big Data) mit dem Ziel, die Bedeutung von Business Intelligence zu erkennen und die Möglichkeiten für ein Unternehmen im Rahmen des Service Design Prozesses zu evaluieren. Neben eher technisch orientierten Fragen (z. B. Datenmodellierung), Analysewerkzeugen und Vorgehensweisen stehen auch die fachlichen Anwendungsbereiche im Vordergrund.

#### Typ

Wahlpflicht

#### Umfang

8 ECTS-Punkte

#### Lernergebnisse

Fachkompetenzen:

- Digitale Kompetenzen in Studienrichtungsrelevanten Funktionen
- Data Science
- Datenbanken
- Business Intelligence und Big Data

Methodenkompetenzen:

- Datenbanken zu erstellen
- Daten zu analysieren, auszuwerten und zu visualisieren

Sozialkompetenzen:

- Zur Teamfähigkeit
- Zur Zielgruppenspezifische Kommunikation

Selbstkompetenzen:

- Lernen Herausforderungen pragmatisch anzugehen.

# Entrepreneurship and Business Planning

## Objective

Once the students have taken this courses, they should know well the benefits of Entrepreneurship and understand the importance of building business plans. Students will be enabled to build any of their business ideas into a comprehensive business plan. The business plan will contain the reflection of their own role as entrepreneurs to build the business and understand the influences of stakeholders within the different stages of development.

## Type

Mandatory module

## ECTS credits

4 ECTS credits

## Learning outcomes

### Professional competence

Within the following fields of competence students are able to:

Knowledge of management theory, project management & organizational theories

- create business plans using an online program
- create entrepreneurial teams

Knowledge of entrepreneurial thinking

- explain and apply entrepreneurship theory
- identify the importance of entrepreneurship
- describe the challenges an entrepreneur faces when creating new business opportunities
- name the factors for entrepreneurial success
- design the transformation of a business idea into a business model
- assess ethical and sustainability dimensions of business models

### Methodological competence

Within the following fields of competence students are able to:

Ability to manage projects

- apply project management skills
- Ability to communicate in a receiver-oriented way
- shape a critical discussion culture between students and lecturer
- Ability to innovate
- conceptualize business ideas

### Social competence

Within the following field of competence students are able to:

Ability to cooperate in an intercultural context

- carry out a group work with students from different backgrounds

**Self-competence**

Within the following fields of competence students are able to:

Ability for (self-) reflection and self-organisation

- coordinate different tasks within a group
- evaluate the own work (business plan) and the own contribution to the project work

Ability to communicate in other languages

- use the English language in discussions, presentations and writings

# Service Design: Praktische Anwendung

## Leitidee

Im Modul Service Design Anwendung wird an einem realen Service Design Projekt gearbeitet. Dabei wird den Studierenden ein Praxisfall vorgegeben, an dem im FS mit der Service Design Methode ein Problem gelöst wird. Die Studierenden werden in 4 Coachings entlang des Double Diamond Prozesses begleitet und beraten. Zusätzlich finden unterstützende und weiterführende Inputveranstaltungen statt. Das Modul Service Design Anwendung dient als Vorbereitung für das 8. Semester in dem an einem konkreten, eigens akquirierten Projekt gearbeitet wird.

## Typ

Wahlpflicht

## Umfang

8 ECTS-Punkte

## Lernergebnisse

*Die Studierenden können ...*

### Fachkompetenzen:

- ... die Service Design Methode (exkl. Data Science) an einem Praxisprojekt anwenden.
- ... können unterschiedliche Service Design Ansätze nennen und Schlüsse auf den FHGR-Service-Design-Ansatz ziehen.
- ... können im Rahmen des Change-Managements hinsichtlich der Implementierung von Service Design Projekten relevante Faktoren identifizieren.
- ... können Zusammenhänge zwischen Service Design und Data Science (FHGR-Service-Design-Ansatz) darstellen.

### Methodenkompetenzen:

- ... können ein Service Design Projekt mit materienspezifischen und agilen Projektmanagementmethoden planen

### Sozialkompetenzen:

- ... können die Service Design Methode gewinnbringend einem Sponsor präsentieren und verkaufen.

### Selbstkompetenzen:

- ... können projektspezifische Learnings analysieren und für das Consulting Projekt (8.Semester) aufbereiten.

## 8. Semester

### Bachelor Thesis

#### Leitidee

Mit der Bachelorarbeit weisen die Studierenden am Ende ihres Studiums nach, dass sie in der Lage sind, innerhalb eines vorgegebenen Zeitrahmens nach wissenschaftlichen Methoden selbständig ein Problem im Bereich Dienstleistungen zu bearbeiten und theoretische Schlussfolgerungen für die Praxis abzuleiten.

#### Typ

Pflichtmodul

#### Umfang

12 ECTS-Punkte

#### Lernergebnisse

Fachkompetenz:

- Die Studierenden können ein wissenschaftliches praxisbezogenes Forschungsprojekt planen, durchführen und auswerten.
- Die Studierenden können eine Analyse im Bereich Dienstleistungen und in der Tourismus- und Freizeitindustrie durchführen.

Methodenkompetenz:

- Die Studierenden können die während des Studiums erworbenen methodischen Kompetenzen anwenden, um eine selbst gewählte Problemstellung auf wissenschaftlicher schriftlicher Basis selbständig zu beantworten.
- Die Studierenden können qualitative und/oder quantitative Datenerhebungs- und Auswertungsverfahren durchführen.
- Die Studierenden können verschiedene Forschungsmethoden bewerten und für den Sachverhalt geeignete Methoden auswählen.

Sozialkompetenz:

- Die Studierenden können selbstorganisiert handeln.
- Selbstkompetenz: Die Studierenden können eine anspruchsvolle Aufgabe in einem bestimmten Zeitraum selbständig zu erfüllen und wissenschaftlich zu untermauern.
- Die Studierenden können die während des Forschungsprozesses getroffenen
- Entscheidungen im Fachgespräch (Presentation & Defense) verteidigen und vertreten.

# Consultingprojekt: Service Design & Data Analytics

## Leitidee

Im Module Service Design Consulting Projekt setzen die Studierenden ein Service Design Projekt mit externen Partnern um. Diese beinhaltet sämtliche erlernten Prozessschritte inkl. die in diesem Zusammenhang stehenden Methoden und die Anwendung von Data Sourcing und Business Intelligence. Ziel ist, dass der Absolvent/ die Absolventin als Mitglied eines studentischen Beraterteams in der Lage ist, ein Beratungsprojekt von der Akquise (Pitch) bis zum Abschlussgespräch (Close) zu planen.

## Typ

Wahlpflicht

## Umfang

4 ECTS-Punkte

## Lernergebnisse

Fachkompetenzen:

- Innovationsarten, -prozesse und -methoden
- Dienstleistungsinszenierung, -entwicklung und Optimierungen
- Design Thinking, Systems Thinking und Service Design-Mindset
- Kundenbedürfnisse und User Experience
- Prototyping von Dienstleistungen
- Digitale Kompetenzen in studienrichtungsrelevanten Funktionen

Methodenkompetenzen:

- Service Design Methoden und Werkzeuge entlang des Prozesses zielgerichtet einsetzen
- Projekte managen
- Workshops organisieren und leiten
- Methoden des Dienstleistungsmanagements

Sozialkompetenzen:

- Zur Teamfähigkeit und Leadershipkompetenz
- Zur Zielgruppenspezifische Kommunikation
- Zur Empathie gegenüber Stakeholder

Selbstkompetenzen:

- Lernen Herausforderungen pragmatisch anzugehen;

# Services & Daten: Praxis

## Leitidee

Das Modul Services & Daten: Praxis (SDP) zeigt auf, welche Rolle das Branchenwissen im Bereich Data Science und Business Intelligence spielt. Dabei wird spezifisches Fachwissen mit den Erkenntnissen von Data Science kombiniert, um strategische und operative Erfolgspositionen zu erarbeiten. Zentral ist dabei die fakten- und wissenschaftlich gestützte Entscheidungsfindung für das Co-Modul CSD.

## Typ

Wahlpflichtmodul

## Umfang

4 ECTS-Punkte

## Lernergebnisse

### Fachkompetenzen:

- Digitale Kompetenzen in Studienrichtungsrelevanten Funktionen
- Data Science
- Datenbanken
- Business Intelligence und Big Data

### Methodenkompetenzen:

- Datenbanken zu erstellen
- Daten zu analysieren, auszuwerten und zu visualisieren

### Sozialkompetenzen:

- Zur Teamfähigkeit und Leadershipkompetenz
- Zur Zielgruppenspezifische Kommunikation

### Selbstkompetenzen:

- Lernen Herausforderungen pragmatisch anzugehen
- Sind sich der Wichtigkeit von Flexibilität, Selbständigkeit, Leistungs- und Teamorientierung sowie Verantwortung bewusst