

Modulübersicht

Modulübersicht Masterstudium Business Administration, Studienrichtung New Business

Wahlpflichtmodule

Adaptive Leadership	2
Corporate Communication	3
Corporate Responsibility	4
Digital Business	5
Digital Marketing	6
Data Management	7
Leading Change	8
Organisational Development	9
Sustainability Management	10
Talent Management	11

Pflichtmodule New Business (Studienrichtung)

New Business Development	12
Business Innovation	13
Business Internationalisation	14
Business Transformation	15

Pflichtmodule

Research Methods	16
Consultancy Project	17
Master Thesis	18

Wahlmodul

Study Trip	19
------------------	----

Wahlpflichtmodule

Adaptive Leadership

Leitidee

Das Modul vermittelt den Studierenden, wie effektive Führung in unterschiedlichen Situationen aussieht.

Typ

Wahlpflichtmodul

Umfang

4 ECTS-Punkte

Lernergebnisse

Die Studierenden sind in der Lage zu beschreiben, welche Eigenschaften und Verhaltensweisen effektive Führungskräfte auszeichnen.

Die Studierenden sind in der Lage zu erklären, wie Führungskräfte ihren Führungsstil auf situativen Umständen anpassen müssen.

Die Studierenden sind in der Lage, eine Führungssituation zu analysieren, den Führungsstil einer Führungskraft kritisch zu beurteilen und Möglichkeiten zur Verbesserung abzuleiten.

Corporate Communication

Objective

The students can assess, evaluate and manage corporate communications. They understand that corporate communication is vital for new or existing organisations and understand why it is important.

Type

Mandatory Elective Module

Amount

4 ECTS credits

Learning outcomes

The students

- know the basics, the different areas, processes and instruments of corporate communication in order to manage a corporate communication team;
- can use corporate communication as a tool to get and sustain the 'license to operate' for organisations as members of their social environment;
- can create an appropriate briefing for a communication concept/strategy and evaluate the presented results;
- understand the qualities of modern corporate communication and can design plans for its implementation.

Corporate Responsibility

Objective

The objective of this module is to sensitize students for the challenges they must confront in business practice when delivering socially beneficial contributions through responsible and sustainable business conduct. Reflections on a variety of approaches to solve the contradictions between societal, social, environmental, and economic requirements lead students to understand their personal roles as future leaders with respect to socially desirable corporate behavior.

Type

Mandatory Elective Module

Amount

4 ECTS credits

Learning outcomes

Students are able to critically evaluate international and national agendas and policies regarding Corporate Responsibility (CR).

Students are able to identify the roles of key stakeholders for the development of organizations.

Students are able to explore the implications of CR for business organizations and management professionals in selected industries.

Digital Business

Objective

More than 30 billion devices are connected to the Internet. People, businesses, and things are communicating and transacting with each other. Digital business is the creation of new business designs by blurring the digital and physical worlds. Digital businesses are creating new business models, understanding and engaging with customers in new ways, launching new kinds of products and improving operations by exploiting information.

The basic idea of this module is to sensitize students for the challenges and chances they are confronted with exploring digital business activities. Reflections on a variety of approaches of digital business activities lead students to understand the ways how digital businesses shape future economics and societies.

Type

Mandatory Elective Module

Amount

4 ECTS credits

Learning outcomes

Students understand how digital technologies are applied to develop and change products, services, processes and whole businesses.

Students learn the mechanisms of different types of digital businesses (e.g. online platforms, e-commerce, digital services, web 2.0 and social media applications, data driven services).

Students learn how these mechanisms differ from traditional businesses and how new revenue streams evolve (pricing strategies, (programmatic) advertising).

Students understand different types of user behaviour and how online marketing supports digital business activities (e.g. customer journey, social media).

Digital Marketing

Objective

The students gain insights into the topic of Online and Digital marketing from a business and management perspective.

They will learn how Digital Marketing evolved over time, what benefits Digital Marketing brings to businesses and what different instruments can be used in order to reach customers and partners via different digital channels.

Central part of the module is the strategic perspective on digital marketing. This means that online marketing strategies are based on a business strategy aligning with customer segmentation and business goals.

In addition, the students will be able to plan and define online marketing goals and outline a way how to reach them with different digital marketing tools.

Type

Mandatory Elective Module

Amount

4 ECTS credits

Learning outcomes

The students know what digital marketing is and how it can be used based on business strategies in order to reach relevant goals. The students are able to plan and set up an online marketing strategy and define relevant steps how to align with it. The students understand relevant online marketing KPIs and metrics. The students gain an overview on several digital marketing instruments.

Data Management

Leitidee

Das Modul Data Management vermittelt die Grundlagen des methodischen Vorgehens und technischer Massnahmen zur Behandlung der Ressource „Daten“ mit dem Ziel, im laufenden Betrieb deren optimale Nutzung zu gewährleisten.

Typ

Wahlpflichtmodul

Umfang

4 ECTS-Punkte

Lernergebnisse

- Die Studierenden kennen die wesentlichen Aspekte des Datenmanagements und deren Bedeutung im betrieblichen Kontext.
- Die Studierenden sind in der Lage, das Thema Datenmanagement in Betrieben zu diskutieren.
- Die Studierenden kennen grundlegende Technologien, die beim betrieblichen Datenmanagement zum Einsatz kommen.

Leading Change

Objective

Introduction into frameworks, practices and skills of leading change.

Type

Mandatory Elective Module

Amount

4 ECTS credits

Learning outcomes

After successful completion of the module, students

- can apply their knowledge about theories and frameworks of change in organizations;
- have demonstrated knowledge and understanding that is founded upon leadership approaches, roles and responsibilities in leading change;
- have applied theoretical learning in an experimental learning of a complex serious game "SysTeamsChange";
- have the ability to discuss and reflect on tasks that must be performed in leading any kind of sustainable change and transformation in organizations;
- evaluated and appraised a basic set of methods, instruments and tools for leadership for leading change and transformation;
- analysed and evaluated a real case situation in leading change.

Organisational Development

Leitidee

Organisationen müssen sich permanent auf veränderte Umweltbedingungen einstellen. Gleichzeitig streben Menschen und die aus ihnen bestehenden Organisationen nach Stabilität und Ruhe. Mit einer Organisationsentwicklung sollen sowohl Leistungsverbesserungen für die Organisation, als auch eine Verbesserung der Qualität des Arbeitslebens erzielt werden. Wie dies gelingen kann, ist Gegenstand dieses Moduls.

Typ

Wahlpflichtmodul

Umfang

4 ECTS-Punkte

Lernergebnisse

Nach erfolgreichem Besuch dieses Moduls sind die Studierenden in der Lage,

- organisationale Kontexte zu analysieren und Entwicklungsbedarf zu identifizieren;
- den Prozess der Organisationsentwicklung sicher in verschiedensten Kontexten zu gestalten und zu begleiten und damit Organisationen erfolgreich weiterzuentwickeln;
- mit Unterstützung qualifizierter Berater*innen und Trainer*innen die richtigen Methoden und Interventionen für einen Organisationsentwicklungsprozess auszuwählen und im Prozess zu positionieren.

Sustainability Management

Leitidee

Die Gesellschaft sieht sich heute mit einer Vielfalt an existenziellen Herausforderungen konfrontiert und das Thema Nachhaltigkeit wird nicht nur diskutiert, sondern immer stärker eingefordert. Diese Entwicklung stellt Unternehmen verstärkt vor neue Herausforderungen. Deren Bewältigung erfordert auf betriebswirtschaftlicher Ebene eine verstärkte Zuwendung zu Fragen der Integration von Nachhaltigkeit in die Prozesse und Strukturen in Unternehmen. Dabei geht es nicht nur um Risiken, sondern auch um Chancen, sich zum Beispiel durch Innovationen zu differenzieren.

Ziel des Moduls ist die Vermittlung des notwendigen Fachwissens und der Aufbau von Kompetenzen, die für eine nachhaltige Unternehmensführung erforderlich sind.

Typ

Wahlpflichtmodul

Umfang

4 ECTS-Punkte

Lernergebnisse

Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls können die Studierenden

- Begriffe und Konzepte von Nachhaltigkeit und Nachhaltigkeitsmanagement verstehen, sowie fallbezogen darstellen und erläutern;
- normative Grundpositionen zu Nachhaltigkeit und Nachhaltigkeitsmanagement darstellen und kritisch bewerten;
- begründen wann und inwiefern Nachhaltigkeit und Nachhaltigkeitsmanagement relevante Ziele sein können;
- Nachhaltigkeitsbestrebungen allgemein und speziell in Unternehmen analysieren und kritisch bewerten;
- Notwendigkeit der Integration von Nachhaltigkeitsforderungen in verschiedene Managementfunktionen erklären;
- Konzepte und Instrumente zur Operationalisierung von Nachhaltigkeitsmanagement in der Unternehmenspraxis vergleichen und ihren Einsatz begründen;
- die vermittelten Methoden auf Problemstellungen und Praxisprobleme anwenden, um diese zu lösen;
- schlussendlich sollen die Studierenden Nachhaltigkeit als eine relevante Kategorie jeglichen unternehmerischen Handelns und Denkens begreifen.

Talent Management

Objective

Students learn to understand the importance of talent for the success of companies and to design talent management systems.

Type

Mandatory Elective Module

Amount

4 ECTS credits

Learning outcomes

The students are able to form an opinion about the "War for Talents".

The students are able to analyze a company's talent management system from different perspectives and identify areas in which talent management can be further developed.

The students are able to identify potential success factors and critical fields of action in talent management.

The students are able to develop their own model of talent management.

The students are able to work together in groups to solve problems and sharpen their social skills.

Pflichtmodule New Business (Studienrichtung)

New Business Development

Leitidee

Das Modul zeigt, welche Bedeutung New Business Development für Unternehmen hat, wie sie durch die Entwicklung von neuen Produkten, die Erschliessung von neuen Märkten und die Transformation ihres Geschäftsmodelles über das angestammte Kerngeschäft hinauswachsen können.

Typ

Pflichtmodul

Umfang

3 ECTS-Punkte

Lernergebnisse

Die Studierenden verstehen die Bedeutung des New Business Development.

Die Studierenden kennen die Strategien zur Erschliessung von neuen Geschäftsfeldern.

Die Studierenden sind sich bewusst, welche Anforderungen das New Business Development an ihre Kompetenzen stellt.

Business Innovation

Leitidee

Das Modul vermittelt den Studierenden, wie Unternehmen durch die Entwicklung von neuen Produkten neue Geschäftsfelder erschliessen.

Typ

Pflichtmodul

Umfang

9 ECTS-Punkte

Lernergebnisse

Die Studierenden sind in der Lage, Innovationspotentiale zu erkennen, zu beurteilen und zu realisieren.

Business Internationalisation

Leitidee

Das Modul vermittelt den Studierenden, wie Unternehmen durch den Eintritt in ausländische Märkte neue Geschäftsfelder erschliessen.

Typ

Pflichtmodul

Umfang

9 ECTS-Punkte

Lernergebnisse

Die Studierenden kennen die wesentlichen Rahmenbedingungen der internationalen Unternehmenstätigkeit.

Die Studierenden sind in der Lage, fundierte Entscheidungen im Prozess der Internationalisierung eines Unternehmens zu treffen.

Die Studierenden verstehen den Einfluss kultureller Unterschiede auf die Zusammenarbeit von Menschen unterschiedlicher nationaler Herkunft.

Business Transformation

Leitidee

Das Modul vermittelt den Studierenden, wie Unternehmen durch die Transformation von Geschäfts- und Organisationsmodellen neue Geschäftsfelder erschliessen.

Typ

Pflichtmodul

Umfang

9 ECTS-Punkte

Lernergebnisse

Die Studierenden können die Methoden der Zukunftsforschung zur Transformation von Organisationen praktisch anwenden.

Die Studierenden können Geschäftsmodelle von bestehenden Unternehmen an neue Gegebenheiten anpassen.

Die Studierenden können organisatorische Transformationen praktisch umsetzen.

Pflichtmodule

Research Methods

Objective

The module enables the students to answer practically relevant questions with scientifically sound methods.

Students learn to design applied research projects, to collect and analyze quantitative and qualitative data and to critically evaluate empirical findings.

Type

Mandatory module

Amount

9 ECTS credits

Learning outcomes

Students are able to develop a research question and to choose an appropriate research design.

Students are able to employ quantitative and qualitative methods in empirical research projects.

Consultancy Project

Objective

Students develop a solution to a demanding practical problem in the area of their major.

Type

Mandatory Module

Amount

9 ECTS credits

Learning outcomes

Students are able to develop a solution to a demanding problem for a principal from practice with scientifically sound methods.

Students are able to manage a consultancy project in a team.

Students are able to present result-oriented findings to the principal in a convincing manner.

Master Thesis

Objective

The Master Thesis is the masterpiece of the study program.

Type

Mandatory Module

Amount

18 ECTS credits

Learning outcomes

Students demonstrate their ability to develop an approach to solving a practically relevant problem independently, within a given time, in a scientific and result-oriented manner.

Wahlmodul

Study Trip

Leitidee

Die Studierenden erhalten die Möglichkeit, an einer einwöchigen Studienreise teilzunehmen. Während der Studienreise setzen sie sich mit den zentralen Themen des Studiengangs – Innovation, Internationalisierung und Transformation – auseinander und können sich mit Expert*innen aus der Praxis hierzu austauschen.

Typ

Wahlmodul

Umfang

4 ECTS-Punkte

Lernergebnisse

Die Studierenden erhalten Einblick in Unternehmen, die neue Geschäftsfelder erschlossen haben.

Die Studierenden erkennen, welche Herausforderungen mit der Erschließung von neuen Geschäftsfeldern verbunden sind.

Die Studierenden entwickeln eine Idee zur Erschließung eines neuen Geschäftsfeldes für ein Unternehmen und präsentieren diese den Entscheidungsträger*innen.