

Masterstudienrichtung New Business

# Studiumsprofil

# Studiumsprofil MSc in BA, New Business

Autor/in: Prof. Dr. Ralph Lehmann  
Ausgabestelle: Departement Entrepreneurial Management  
Geltungsbereich: Studiengang MSc in Business Administration, Major New Business  
Klassifizierung: Intern  
Version: 1.0.0  
Ausgabedatum: 28.05.2020  
Verteiler:

## Änderungskontrolle

Version	Überarbeitung	Autor/in	Datum
1.0	Erstellt	Ralph Lehmann	28.05.2020

Freigabe durch	Datum

## 1 Studiumsprofil des MSc New Business

Das Masterstudienangebot New Business der Fachhochschule Graubünden umfasst 90 ECTS. Dies entspricht somit einem Abschluss des zweiten Studienzyklus mit Niveau 7.<sup>1</sup>

### 1.1 Profil der Studienrichtung

Das Studienangebot bildet Studierende zu unternehmerisch denkenden und handelnden Führungskräften aus, die zur Weiterentwicklung von Unternehmen beitragen können und als Motoren des New Business Development gelten. Nach Abschluss des Studiums verfügen die Absolventen über Kompetenzen in den Schwerpunkten Business Innovation, Business Internationalisation und Business Transformation. Sie können Innovationspotenziale erkennen, Internationalisierungsstrategien entwickeln und organisatorische Transformationsprozesse anstossen. Des Weiteren eignen sie sich Wissen in den Bereichen Nachhaltigkeit, Digitalisierung sowie Leadership an und können diese Themen im Unternehmen einsetzen.

Der Studiengang fokussiert bei der Vermittlung der Kompetenzen auf einen starken Praxisbezug. Studierende sind nach Abschluss des Studiums in der Lage, praxisrelevante Problemstellungen auf methodisch fundierte Weise zu analysieren, Lösungen zu entwickeln und auf überzeugende Weise zu vertreten.

### 1.2 Wesentliche Lernergebnisse

Die Studierenden vertiefen ihre betriebswirtschaftlichen Kenntnisse in den Bereichen Innovation, Internationalisierung und Transformation. Sie sind in der Lage, Innovationspotenziale zu erkennen und Verantwortung bei deren Realisierung zu übernehmen. Sie können die Rahmenbedingungen des internationalen Geschäftes analysieren, Internationalisierungsstrategien entwickeln und unter Berücksichtigung der interkulturellen Unterschiede umsetzen. Die Studierenden lernen Veränderungen innerhalb und im Umfeld der Unternehmung frühzeitig zu erkennen, daraus Implikationen für die Geschäftsmodelle abzuleiten und organisatorische Transformationsprozesse einzuleiten. Zusätzlich lernen die Studierenden, Verantwortung zu übernehmen, Entscheidungen zu treffen, andere zu begeistern und unternehmerische Herausforderungen unter Einbezug nachhaltiger Konzepte zu meistern. Sie lernen den Einfluss der Digitalisierung auf die Unternehmung kennen und können die entscheidenden Daten sammeln und analysieren. Abgerundet wird ihr Profil durch die Fähigkeit, praxisrelevante Problemstellungen auf methodische fundierte Weise zu analysieren, Erkenntnisse zu entwickeln, kritisch zu reflektieren und auf wirkungsvolle Weise zu präsentieren.

### 1.3 Berufsprofile der Absolventinnen und Absolventen

Die Absolventinnen und Absolventen verfügen über gute Voraussetzungen für den Einstieg in die Berufsfelder Product Management, Business Development, Marketing und Verkauf, Assistenz der Geschäftsleitung und Unternehmensberatung. Mittelfristig sind Sie in der Lage, als Mitglied der Geschäftsleitung neue Geschäftsfelder aufzubauen, Business Units und Profit Center zu leiten und als Exportverantwortliche oder Regionalmanagerinnen und -manager neue Märkte zu erschliessen. Einige Absolventinnen und Absolventen entwickeln eigene Geschäftsideen und machen sich selbstständig.

---

<sup>1</sup> Vgl. ECTS-Leitfaden 2015, Seite 20