

Modulbeschreibung	
Kursnummer	
Fachbereich(e)	FHNW Hochschule für Wirtschaft
Name Studiengang /-gänge	CAS Wirtschaft
Art des Studiengangs	CAS
Name Modul	Wirtschaft
Modulniveau	<input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> I <input type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> S
Modultyp	<input type="checkbox"/> C <input type="checkbox"/> R <input type="checkbox"/> M
ECTS-Credits	10 ECTS-Credits
Gesamtarbeitsaufwand in Stunden (Kontaktstudium, begleitetes und individuelles Selbststudium)	Kontaktstudium: 94 h (126 Lektionen) Selbststudium: 200 h Total: 289 h
Verantwortliche Ansprechperson	Richard Müller(interimistisch)
Telefon/E-Mail	062 286 01 19 / richard.mueller@fhnw.ch
Lernziele	Gemäss separater Modulbeschreibung S. 3 bis 5
Lerninhalte	<ul style="list-style-type: none"> • General Management • Unternehmensführung • Organisation • Volkswirtschaft • Rechtliche Aspekte im unternehmerischen Alltag • Marketing und Marketing-Kommunikation • Human Ressource Management • Rechnungswesen und Controlling • Unternehmensplanspiel
Lehr- und Lernmethoden	<ul style="list-style-type: none"> • Informierender Lehrvortrag • Einzel- und Kleingruppenarbeiten • Diskussionen, Präsentationen, • Planspiel
Unterrichtssprache	Deutsch
Leistungsbewertung (en)	Gemeinsam in Gruppen von bis 4 Personen erarbeitete Fallstudie mit Präsentation
Bibliographie	Von den Referenten selbstverfasste Skripts und Unterlagen mit grafisch/visuellen Darstellungen, noch zu definierende Standardliteratur zu den einzelnen Themen
Erforderliche Vorkenntnisse Modul(e) – Kurs(e)	Noch zu definieren
Anschlussmodul(e) /-kurs(e)	CAS – Kommunikation CAS – ICT
Bemerkungen	

Inhaltlicher Aufbau des Studiums

LT	Fachgebiete	Anzahl Kontakt-Lektionen	Anzahl Kontakt-Stunden ca. 35 %	Selbst-studium Stunden ca. 65 %	Total Stunden 100 %
1	General Management Die Umwelt und Aktionspartner der Unternehmung Die Unternehmung als offenes, dynamisches System Vision – Ziele - Leitbild - die gemeinsame Basis einer Unternehmung	8	6	11	17
	Volkswirtschaft Die wirtschaftliche Entwicklung Arbeit und Einkommen Staat und Markt	8	6	11	17
2	Unternehmensführung Strategische Situationsanalyse - was muss bekannt sein Analyse Umfeld - direkte/indirekte Einflussfaktoren Analyse Unternehmen - wo und wie entstehen Werte Instrumente und Verfahren	8	6	11	17
3	Organisation Grundbegriffe und Organisationsformen	16	12	22	34
4	Organisationsentwicklung Change Management Wirkungsweise und Zusammenhänge von Führung und Organisation				
5	Rechtliche Aspekte im unternehmerischen Alltag	16	12	22	34
6	Einführung in das Gesellschafts- und das allgemeine Vertragsrecht Arbeitsrecht, Datenschutz				
7	Marketing und Marketing-Kommunikation Von der Strategie zur Umsetzung und Kommunikation	16	12	22	34
8					
9	Human Ressource Management Aufgaben, Gliederung, Instrumente und Funktionen des Personal-Managements Mitarbeiterführung	8	6	11	17
101	Rechnungswesen und Controlling Bilanz, Erfolgsrechnung, Mittelflussrechnung	16	12	22	34
1	Kostenrechnung				
12	Investitionsrechnung Controlling				
13	Unternehmensplanspiel Zielkonflikte	24	18	28	46
14	Betriebswirtschaftliche Methoden und Informationsmittel				
15	Umgang mit Unsicherheit bei Entscheidungen				
16	Lernzielkontrolle Gemeinsame Fallübung / Projektarbeit	6	4	35	39
	Total	126	94	195	289

Modulbeschreibung

General Management	<p>Im Bereich General Management lernen die Teilnehmenden, wie Unternehmen ihre Handlungen und Zielsetzungen in Absprache zu den Rahmenbedingungen (Umwelt) ausrichten. Die Unternehmung wird als soziales und technisches System dargestellt. Die Teilnehmenden erkennen betriebswirtschaftliche Zusammenhänge mit den verschiedenen Wirtschaftsteilnehmern.</p> <p><i>Inhalte</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundbegriffen der Betriebswirtschaftslehre • Die Umwelt und Aktionspartner einer Unternehmung • Vision – Ziele – und Leitbild
Volkswirtschaft	<p>Jede Unternehmung ist in eine – auch wirtschaftlich, politische und gesellschaftliche – Umwelt eingebettet. Im Bereich Volkswirtschaftslehre lernen die Teilnehmenden wesentliche und aktuelle gesamtwirtschaftliche Aspekte und Zusammenhänge.</p> <p><i>Inhalte:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Die wirtschaftliche Entwicklung: Konjunktur, Wachstum, Reichtum und Wohlfahrt, Globalisierung • Arbeit und Einkommen Arbeitsmarkt; Verteilung • Staat und Markt Marktmechanismus, Marktversagen, soziale Marktwirtschaft, Staatstätigkeit, Soziale Sicherheit
Unternehmensführung	<p>Die Teilnehmenden erkennen und interpretieren betriebswirtschaftliche Zusammenhänge in Bezug auf Strategieentscheidungen. Sie sind fähig ihr Wissen über die Merkmale einer Unternehmung anzuwenden, um eigene Unternehmens- und Bereichsstrategien mit zu entwickeln.</p> <p><i>Inhalte</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Unternehmens- Umfeldanalyseinstrumente • Unternehmensstrategie • Wertesystem & Leitbild
Rechtliche Aspekte im unternehmerischen Alltag	<p>Die Teilnehmenden kennen die Grundsätze und den Aufbau der jeweiligen Gesetzeswerke. Sie können in den Gesetzes- und Verordnungstexten die relevanten Bestimmungen nachschlagen sowie Kommentare verstehen und interpretieren. Sie können Rechtsfragen in Zusammenhang mit betrieblicher Tätigkeit den jeweiligen Gesetzeswerken zuordnen und Auswirkungen bzw. Rechtskonsequenzen für die Unternehmung ableiten.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gesellschaftsrecht • Allgemeines Vertragsrecht • Arbeitsrecht/Arbeitsgesetz
Organisation	<p>Die Teilnehmenden lernen wichtige Entwicklungen (mit ihren Vor- und Nachteilen) der Organisation zu verstehen und zu beurteilen. Sie kennen einige konkrete Organisations-Instrumente und können diese in der Praxis anwenden.</p> <p><i>Inhalte</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Organisationslehre • Organisationsentwicklung • Projektmanagement
Marketing und Marketing-Kommunikation	<p>Die Studierenden kennen Bedeutung und wesentliche Elemente des Marketing-Mix. Sie können den Marketing-Mix sinnvoll innerhalb der Marketingplanung einordnen. Sie können aus einer Marktchance heraus die wichtigsten Schritte zur Festlegung und Umsetzung des Marketing-Mix für ein Leistungsangebot erstellen. Sie können einen Marketingplan für ein Leistungsangebot sinnvoll erarbeiten und kommunizieren.</p> <p><i>Inhalte</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Bedeutung und Inhalte des klassischen Marketing-Mix (= die 4Ps) und Gliederung in Sub-Mixe. • Festlegung und Umsetzung von Produkt, Preis, • Distribution und Kommunikation.
Human Ressource	<p>Die Teilnehmenden lernen anhand ausgesuchter Bereiche, die Kenntnisse</p>

Management	<p>über die Veränderungen in der Gesellschaft zielorientiert in Personal-Managemententscheidungen einfließen zu lassen. Sie erkennen die Wichtigkeit eines strategischen und integrierten Personalmanagements, das die Selbständigkeit und Eigenverantwortung von Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter fördert.</p> <p><i>Inhalte</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Überblick über das Personalmanagement, Funktionen, Instrumente, organisatorische Einbettung; Grundmodell des Personalmanagements • Personalpolitik und –strategie im Zusammenhang mit der Unternehmenspolitik und –strategie • Wesentlichen Elemente der Instrumente und Massnahmen im HR-Bereich sowie der Rahmenbedingungen für deren Einsatz
Rechnungswesen und Controlling	<p>Die Teilnehmenden lernen Teilbereiche des internen Rechnungswesens (Management Accounting) kennen und anhand kurzer Fallbeispiele anzuwenden. Sie können aus einer Eröffnungsbilanz, einer Schlussbilanz, einer Erfolgsrechnungsrechnung und zusätzlichen Angaben über den Geschäftsverkehr eine Geldflussrechnung ableiten. Sie können Grundsätze der Unternehmensfinanzierung an Beispielen erklären. Sie können die finanzielle Lage von Unternehmungen mit Hilfe von geeigneten Kennzahlen beurteilen und bei ungünstigen Ergebnissen Massnahmen zu deren Verbesserung vorschlagen.</p> <p><i>Inhalte</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Finanzbuchhaltung Bilanz, Erfolgsrechnung, Jahresabschluss • Betriebsbuchhaltung (Gesamtkalkulation) als Vollkostenrechnung, Kostenartenrechnung, Einzelkosten und Gemeinkosten, Kostenstellenrechnung, Kostenträgerrechnung • Einzelkalkulation mit Vollkosten • Betriebsbuchhaltung (Gesamtkalkulation) als Deckungsbeitragsrechnung Fixe und variable Kosten, Unterschied zwischen Vollkostenrechnung und Deckungsbeitragsrechnung • Finanzplanung Planbilanz, Planerfolgsrechnung und Plangeldflussrechnung • Controlling mit Kennzahlen
Unternehmensplanspiel	<p>Die Teilnehmenden erleben typische Zielkonflikte in der Unternehmensführung. Sie lernen betriebswirtschaftliche Methoden und Informationsmittel einzusetzen und mit Unsicherheit bei der Entscheidungsfindung umzugehen. Sie lernen Entscheidungen im Team – auch unter Zeitdruck – zu fällen.</p> <p><i>Inhalte</i> Unternehmensplanspiel</p>
Lernzielkontrolle	<p>Insgesamt sollen mit der Fallstudie folgende Fähigkeiten der Studierenden gefördert werden:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Erkenntnisse auf neue Situationen übertragen (Theorie/Praxis) • Im Lehrgang vermittelte Methoden und Hilfsmittel gezielt anwenden (auf Organisation, Produkt und Prozess) • Wirkung des eigenen Handelns beurteilen und daraus lernen • Sorgfalt und Zuverlässigkeit in der Arbeitshaltung zeigen <p>Die Lernzielkontrolle besteht aus einem schriftlichen und einem mündlichen Teil. Es ist eine schriftliche Arbeit zu einer vorgegebenen Fallstudie mit aktuellen Frage im Bereich der Themen des CAS zu erstellen. Präsentation der Ergebnisse in Form eines Referates mit anschliessender Diskussion und Reflektion.</p>