

## Marketing (MRKE)

Course code	Type of module	Valid for academic year
-------------	----------------	-------------------------

MRKE

Workload in hours	ECTS-Credits
-------------------	--------------

<b>Contact hours</b>	56 hours	6 ECTS
<b>Guided self-study</b>	24 hours	
<b>Independent self-study</b>	84 hours	
<b>Total amount of work</b>	164 hours	

### Module coordinator

Prof. Dr. Benjamin von Walter

### Team of lecturers

Prof. Dr. Benjamin von Walter

Language of instruction	Term
-------------------------	------

English	<b>Full-time study:</b>	4th or 5th semester
	<b>Part-time study:</b>	semester

### Level of module

- B Introductory module or course
- I Intermediate level module or course
- A Advanced level module or course
- S Specialised module or course

### Type of module

- C Core course : module or course in the core area of a degree programme
- R Related course: supplementary module or course (e.g. modules providing additional skills in a core area of the degree programme)
- M Minor course: electives

## Methods of teaching and learning

Lectures, class discussions, case studies, electronic quizzes, individual, and group assignments. The course takes a strictly international perspective.

## Main goals

The main goal of this course is to prepare students for marketing in the international marketplace. Students will develop a deep understanding of major principles of marketing and sales applied all over the world. Based on their knowledge, students will work on different case studies of global brands, discuss contemporary marketing issues, and carry out a wide range of assignments with an international focus. As a result, students will be able to master well-known and new marketing concepts and tools on a basic to intermediate level.

## Prerequisites

- As per model syllabus
- Good written and oral skills of the English language
- No previous marketing knowledge required

## Learning outcomes

### Professional competences:

Participants can

- understand key marketing concepts
- understand social and ethical challenges related to marketing
- understand the steps of the marketing research process
- understand elements of customer-driven marketing strategies
- understand approaches and instruments related to all areas of the marketing mix

### Methodological competences:

Participants can

- describe and discuss marketing research projects on a basic to intermediate level
- conduct basic marketing planning and apply concepts of strategic marketing such as segmentation, targeting, and positioning
- describe and evaluate marketing programs by applying major concepts from product and brand management, services marketing, pricing, sales channel management, and communication
- calculate selected marketing metrics

### Self-competences:

Participants can

- make informed decisions in business contexts
- work in international and intercultural teams
- solve problems through creativity techniques
- give presentations and lead discussions

## Topics covered

### Topic area I: Introduction to Marketing

- Steps of the marketing process
- Marketing management orientations
- Customer value and customer relationships
- Social and ethical criticisms of marketing

- Environmental sustainability

### **Topic area II: Marketing Research**

- Marketing information needs and systems
- Steps of the marketing research process
- Different research approaches and contact methods

### **Topic area III: Strategic Marketing**

- Strategic planning
- Business portfolio analysis
- Market segmentation
- Market targeting strategies
- Positioning
- Competitive analysis and competitive strategies

### **Topic area IV: Products, Services, and Brands**

- Product and service classifications
- Individual product and service decisions
- Product line decisions
- Brand strategies
- The new product development process
- Product life-cycle strategies
- Characteristics of services
- The service profit chain
- Managing service quality

### **Topic area V: Pricing**

- Major pricing strategies
- Product mix pricing strategies
- Price adjustment strategies

### **Topic area VI: Sales channels**

- Channel behavior
- Vertical and horizontal marketing systems
- Channel design decisions

### **Topic area VII: Communication**

- Integrated marketing communications
- Steps in developing effective marketing communication
- Setting the promotion budget
- Major promotion tools

## **Teaching materials**

### **Mandatory:**

- Powerpoint slides and lecture notes
- Case studies and examples from practice
- Quizzes and in-class assignments
- Textbook: Kotler, P., Armstrong, G., & Opresnik, M. O. (2021). Principles of Marketing (18th global ed.). Pearson Education.

**Optional:**

- Additional literature provided on the Moodle platform

**Requirements and assessment**

- Oral exam, duration:
- Written exam, duration: 90 minutes
- Presentation, duration: about 45 minutes
- Projects
- Single project
- Learning report
- Written assignments
- Other, please specify:

**Further assessment information** (weighting of individual components, permitted examination aids, requirements)

**Case study presentation in class:** grading: passed or failed; a passed case study presentation is required for exam participation

**Final exam:** written closed-book exam of 90 minutes, 100% of the course grade, only dictionary and simple pocket calculator without any memory

**Further comments**

## Finanzielles und Betriebliches Rechnungswesen

Modulcode	Modulart	gültig für Studienjahr
FBRW	Pflichtmodul	2024

Gesamtarbeitsaufwand / Workload in Stunden	Workload
<b>Kontaktstudium</b>	42 Stunden
<b>Begleitetes Selbststudium</b>	65 Stunden
<b>Unbegleitetes Selbststudium</b>	73 Stunden
<b>Total</b>	180 Stunden

### Modulverantwortung

Prof. Dr. Marcus A. Hauser

### Dozierendenteam

Dr. Thomas Bieker, Daniel Brülisauer, Prof. Dr. Marco Gehrig, Prof. Dr. Marcus Hauser, Prof. Dr. Wilfried Lux, Georg Rupf

Unterrichtssprache	Semester	
Deutsch	<b>Vollzeit:</b>	2. Semester
	<b>Berufsbegleitend:</b>	2. Semester

### Modulniveau

- B** - Basic level course: Modul bzw. Kurs zur Einführung in das Basiswissen eines Gebiets
- I** - Intermediate level course: Modul bzw. Kurs zur Vertiefung der Basiskenntnisse
- A** - Advanced level course: Module bzw. Kurs zur Förderung und Verstärkung der Fachkompetenz
- S** - Specialised level course: Modul bzw. Kurs zum Aufbau von Kenntnissen und Erfahrungen in einem Spezialgebiet

### Modultyp

- C** - Core course: Modul bzw. Kurs des Kerngebiets eines Studienprogramms (Pflichtmodul bzw. Pflichtkurs)
- R** - Related course: Unterstützungsmodul bzw. -kurs zum Kerngebiet (z.B. Vermittlung von Vor- oder Zusatzkenntnissen, Wahlpflichtmodul bzw. -kurs)
- M** - Minor course: Wahlmodul bzw. -kurs

## Lehr-/Lernmethoden

Lehrgespräch, Referat, Einzelarbeit, Partnerarbeit, Gruppenarbeit, angeleitetes Selbststudium, Selbststudium

## Leitidee

Eine Betriebsökonomin oder ein Betriebsökonom ist in der Lage, das Rechnungswesen als Informations- und Führungsinstrument für die Unternehmung einzusetzen. Dies erfordert die Fähigkeit, Bilanzen, Erfolgsrechnungen und Geldflussrechnungen einer Unternehmung zu erstellen und mittels der wichtigsten Kennzahlen zu analysieren und Schlussfolgerungen abzuleiten. Zudem wird das Verständnis über die Grundlagen eines Controlling-Systems erwartet wie beispielsweise die Kostenarten-, -Kostenstellen- und Kostenträgerrechnung. Absolventinnen und Absolventen dieses Moduls verstehen es, Vollkostenrechnungssysteme auf Ist- und Normalkostenbasis zu erstellen und davon verschiedene Arten von Erfolgsrechnungen abzuleiten. Schliesslich sind sie in der Lage, Verkaufspreis-Kalkulationsverfahren auf Ebene Gesamt- und Einzelkalkulation einzusetzen.

## Vorkenntnisse (Eingangskompetenzen)

Grundlagen der doppelten Buchhaltung und des finanziellen Rechnungswesens (Niveau: kaufmännische Berufsmatura oder Vorbereitungskurs FiBu)

## Angestrebte Lernergebnisse (Abschlusskompetenzen)

### Fachkompetenzen:

Die Teilnehmenden können:

- die bereits bestehenden Buchhaltungskennnisse vertiefen und erweitern;
- die OR-Anforderungen an die Buchführung und Rechnungslegung in Abhängigkeit von der wirtschaftlichen Bedeutung (Grösse) der Unternehmen erklären und anwenden;
- die Bestandteile und Zusammenhänge des finanziellen Rechnungswesens bzw. des Jahresabschlusses (Bilanz, Erfolgsrechnung und Geldflussrechnung) anhand der OR-Gliederungs- und Bewertungsvorschriften verstehen und anwenden;
- buchhalterische und finanzielle Aspekte der Wertschriften- und Lohnabrechnung verstehen und anwenden;
- die Aufgabenabgrenzung zwischen dem betrieblichen und dem finanziellen Rechnungswesen verstehen und an Beispielen anwenden;
- die wesentlichen Aufgabenbereiche von Betriebsabrechnungen und von Kalkulationsverfahren unterscheiden und rechnerisch einsetzen;
- die Vollkostenrechnung auf der Basis von Ist- und Normalkostenrechnungssystemen voneinander unterscheiden;
- verschiedene Arten von Erfolgsrechnungen voneinander unterscheiden und die wesentlichen Bestandteile und Aufgaben beschreiben.

### Methodenkompetenzen:

Die Teilnehmenden können:

- die Finanzbuchhaltung mit Hilfe der Technik der doppelten Finanzbuchhaltung korrekt führen;
- Bilanzen, Erfolgsrechnungen und Geldflussrechnungen erstellen
- Geschäftsberichtsanalysen anhand von finanziellen Kennzahlen durchführen, mittels kritischem Denken interpretieren und beurteilen;
- eine Geldflussrechnung mit den unterschiedlichen Cashflow-Begriffen herleiten;

- die Betriebsabrechnung (Betriebsabrechnungsbogen = BAB) mit der Kostenarten-, -stellen und -trägerrechnung selbständig erstellen;
- Spezialprobleme wie beispielsweise sachliche Abgrenzungen, Kostenverrechnungen und -umlagen mit Zuschlagssätzen, Lagerveränderungen korrekt bearbeiten;
- Ist- und Normalkostenrechnungs-Systeme auf Vollkostenbasis tabellarisch (BAB) erstellen und dabei die Wirtschaftlichkeit von Produkten und Dienstleistungen analysieren;
- auf der Basis vom BAB Absatz- und Produktionserfolgsrechnungen erstellen;
- basierend auf dem BAB Verkaufspreiskalkulationen nach den wichtigsten Kalkulationsverfahren durchführen.

## Modul-/Lehrinhalte

### **Themen-/Lernblock I:** Jahresabschluss, Rechnungslegungs- und Bewertungsvorschriften nach OR, Stille Reserven, Wertschriften- und Lohnabrechnung

- Modulüberblick mit Lernzielen, Struktur, Inhalten, Lehrmaterialien, Leistungsnachweis und Organisatorisches
- Gliederung und Aufgaben des Rechnungswesens
- Abschlussbuchungen (z.B. Abschreibungen, Lagerveränderungen, aktive und passive Rechnungsabgrenzungen, Rückstellungen)
- Gliederung Erfolgsrechnung
- Rechnungslegungs- und Bewertungsvorschriften gemäss OR
- Stille Reserven (interner und externer Abschluss)
- Weitere Rechnungslegungsnormen (Swiss GAAP FER, IFRS)
- Wertschriften- und Lohnabrechnung

### **Themen-/Lernblock II:** Geldflussrechnung und Cashflow-Kennzahlen

- Zweck, Fondswahl und Gliederung der Geldflussrechnung
- Cash-Flow-Begriffe und Berechnungen
- Kennzahlen zur Analyse der Geldflussrechnung

### **Themen-/Lernblock III:** Jahresabschluss-Analyse anhand finanzieller Kennzahlen

- Kennzahlen der Liquidität und Sicherheit (Bilanz-Kennzahlen)
- Analyse der Erfolgsrechnung
- Rentabilitäts-Kennzahlen
- Aktivitäts-Kennzahlen
- Aktien- bzw. Marktkennzahlen

### **Themen-/Lernblock IV:** Betriebsabrechnungsbogen (BAB) mit Kostenarten, -stellen und -trägerrechnung

- Grundbegriffe des Rechnungswesens und sachliche Abgrenzungen
- Überblick Betriebsabrechnung (Betriebsabrechnungsbogen = BAB)
- Aufgaben der Kostenartenrechnung
- Rohmaterial- bzw. Warenkosten
- Kalkulatorische Zinskosten
- Kalkulatorische Abschreibungskosten
- Begriffe und Aufgaben von Kostenstellen- und Kostenträgerrechnung
- Umlage der Gemeinkosten (Kostenstellen)
- Lagerveränderungen bei unfertigen und fertigen Erzeugnissen

### **Themen-/Lernblock V:** Vollkostenrechnung auf Ist- und Normalkostenbasis

- Vollkostenrechnung auf Istkostenbasis
- Vollkostenrechnung auf Normalkostenbasis
- Absatz- und Produktionserfolgsrechnung

### **Themen-/Lernblock VI: Verkaufspreis-Kalkulation**

- Divisionskalkulation
- Kalkulation mit Äquivalenzziffern
- Zuschlagskalkulation
- Kalkulation und Betriebsabrechnung im Warenhandel

### **Lehrmittel/-materialien**

#### **Pflichtliteratur:**

- Lehrbuch Gianini, F. / Riniker, A. (2023 – 12. Auflage): Finanzbuchhaltung (Band 4 - grün). Zürich. Verlag SKV (inkl. Lösungsband). Kapitel 1, 2 und 5 (für LB I – III)
- Lehrbuch Trepp/Hauri/Gehrig (2018 – 6. Auflage): Betriebliches Rechnungswesen mit Controlling (ungekürzte Ausgabe). Bern: Verlag Hirschi/Trepp/Zulliger (inkl. Lösungsband). Teil 1 – 5 (für LB IV – VI)
- Präsentationsfolien (auf Moodle)
- Einführungsaufgaben (auf Moodle)
- Zusätzliche Übungsaufgaben und Fallbeispiele (auf Moodle)

### **Leistungsnachweise: Prüfungsart und -dauer**

- Mündliche Prüfung, Dauer:
- Schriftliche Modulschlussprüfung, Dauer: 120 Minuten
- Präsentationen, Dauer:
- Projektarbeiten
- Lernberichte
- Schriftliche Arbeiten
- andere, nämlich:

### **Weitere Angaben zu den Leistungsnachweisen (Gewichtung von Prüfungsteilen bei mehreren Leistungsnachweise, erlaubte Hilfsmittel, Anforderungen)**

#### **Zugelassene Hilfsmittel:**

Closed book, Taschenrechner, 1 A4-Blatt mit eigenen Notizen auf der Vorder- und Rückseite

#### **Besonderes:**



## Business Informatics

Course code	Type of module	Valid for academic year
BINF	core course	2023/24

Workload in hours	ECTS-Credits	
<b>Contact hours</b>	<b>21 hours</b>	<b>3 ECTS</b>
<b>Guided self-study</b>	<b>28 hours</b>	
<b>Independent self-study</b>	<b>41 hours</b>	
<b>Total amount of work</b>	<b>90 hours</b>	

### Module coordinator

Dario Stähelin

### Team of lecturers

Dario Stähelin

Language of instruction	Term	
English	<b>Full-time study:</b>	5th/ 6th semester
	<b>Part-time study:</b>	semester

### Level of module

- B Introductory module or course
- I Intermediate level module or course
- A Advanced level module or course
- S Specialised module or course

### Type of module

- C Core course: module or course in the core area of a degree programme
- R Related course: supplementary module or course (e.g. modules providing additional skills in a core area of the degree programme)
- M Minor course: electives

## Methods of teaching and learning

Lectures, group/pair work, case studies, individual work, guided self-study, self-study

## Main goals

The digitization of business and society is shaping our times. Using information systems opens new opportunities for business but also presents it with new challenges. Organizations need to understand the fundamentals of information systems to recognize the opportunities and meet the challenges. Organizations must develop strategies to manage information as a resource to boost their performance. Some of the challenges of managing information are:

- How are information systems transforming businesses today?
- What are the challenges of managing IT infrastructure and management solutions?
- What are the potentials of digital value creation?
- How can we manage knowledge in a digitalized world?
- What are the challenges of managing information systems?

The focus will be on managing information rather than managing technology. The course aims to provide a multi-stakeholder perspective and address challenges faced by not only the end-user but also the departmental manager, IS manager, and company executives. It pursues a problem-solving approach where key management questions are highlighted for each topic.

## Prerequisites

n/a

## Learning outcomes

### Professional competences:

Participants can:

- explain the impact of information systems on organizations
- explain the role of information systems in electronic commerce
- assess the value of organizational knowledge and knowledge management
- assess the role of information quality
- understand the role and challenges of ICT infrastructure in organizations
- understand how to manage information systems projects

### Methodological competences:

Participants can:

- work with case studies

### Self-competences:

Participants can:

- share thoughts and expertise in class

### Social competences:

Participants can:

- Overcome cultural and linguistic barriers in a constructive way

## Topics covered

### Topic area I: Organizations, Management, and the Networked Enterprise

- Information Systems Foundations
- IS in global business today
- Global e-business and collaboration

### Topic area II: IT Infrastructure and Security

- IT Infrastructure and emerging Technologies
- Securing IS
- Information Quality

### Topic area III: Key System Applications for the Digital Age

- E-Commerce
- Knowledge Management (KM)

## Teaching materials

### Mandatory:

- Laudon, Kenneth C./ Laudon, Jane P.: Management Information Systems: Managing the Digital Firm, Global Edition, 17th ed., 2022

### Optional:

- Will be announced during the course

## Requirements and assessment

- Oral exam, duration:
- Written exam, duration: 90 minutes
- Presentation, duration:
- Projects
- Single project
- Learning report
- Written assignments
- Other, please specify:

## Further assessment information (weighting of individual components, permitted examination aids, requirements)

The exam is a closed-book exam, a dictionary is allowed.