Accounting und Finance (AFIN)

Modulcode	Modulart	gültig für Studienjahr
AFIN	Pflichtmodul	ab 2023/2024

Gesamtarbeitsaufwand / Workload in Stunden		Workload
Kontaktstudium	**56** Stunden	6 ECTS
Begleitetes Selbststudium	**64** Stunden	
Unbegleitetes Selbststudium	**60** Stunden	
Total	**180** Stunden	

Modulverantwortung

Prof. Dr. Marco Gehrig, WP

Dozierendenteam

Marco Gehrig, Pascal Bechtiger, Ernesto Turnes

Unterrichtssprache	Semester	
Deutsch	**Vollzeit:**	3 Semester
	Berufsbegleitend:	4 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

Frontalunterricht, Lehr-Lern-Gespräche, Selbststudiumsaufgaben, Fallstudien, Kurzgruppenaufträge

Leitidee

Das Modul zeigt den Studierenden auf, wie Unternehmen ihre Finanzierung sicherstellen, ihre Investitionsentscheidungen fällen sowie ihre Kosten aktiv planen und steuern. Aus Sicht des Unternehmens und des Finanzmarktes gilt es den Unternehmenswert nachhaltig zu steigern. Im Zuge einer erfolgreichen finanziellen Unternehmensführung müssen vielseitige finanzielle Fragestellungen beantwortet werden. In diesem Modul werden die finanzwirtschaftlichen Begriffe und Zusammenhänge erläutert sowie die praxisrelevanten theoretischen Methoden und konzeptionellen Ansätze aufgezeigt, angewendet und kritisch reflektiert. Dabei wird sowohl die Perspektive des Unternehmens als auch die Perspektive der Investoren*innen beleuchtet.

Vorkenntnisse (Eingangskompetenzen)

Finanzielles und betriebliches Rechnungswesen

Angestrebte Lernergebnisse (Abschlusskompetenzen)

Fachkompetenzen:
Die Teilnehmenden können:

- eine Planungsrechnung erstellen, interpretieren und analysieren.
- die Aspekte der finanziellen Führung nennen und anwenden.
- variable und fixe Kosten für ein Unternehmen ermitteln.
- einen Deckungsbeitrag sowie den Break Even berechnen und interpretieren.
- kurzfristige Kostenentscheide auf Basis der Teilkostenrechnung fällen.
- eine mehrstufige Deckungsbeitragsrechnung erstellen und analysieren.
- die Standardkostenrechnung anwenden und interpretieren.
- eine interne Erfolgsrechnungen differenziert nach verschiedenen Kostensystemen erstellen und interpretieren.
- die Prozesskostenrechnung erklären und anwenden.
- das Target Costing erklären und anwenden.
- das Product Life Cycle Costing erklären und anwenden.
- das Konzept des Diskontierens (inkl. Kapitalkosten) erklären und den Zeitwert des Geldes verstehen.
- die Unternehmensfinanzierung in der strategischen und operativen Unternehmensführung positionieren.
- Methoden zur Bewertung von Investitionen und Unternehmen erklären und anwenden.
- die traditionellen und alternativen Anlageklassen beschreiben und differenzieren.
- die Finanzinstrumente im Hinblick auf Rendite-Risiko-Eigenschaften kategorisieren.

Methodenkompetenzen:
Die Teilnehmenden können:

- Daten und KPI kritisch hinterfragen und analysieren
- notwendige Informationen für Unternehmensentscheide zusammentragen, strukturieren und erklären
- einen Break Even, eine mehrstufige DB-Rechnung, ein Management Cockpit und eine interne Erfolgsrechnung erstellen und analysieren
- verschiedene Methoden der Investitionsrechnung anwenden und darauf aufbauend begründete Investitionsentscheide fällen

- relevante Methoden der Unternehmungsbewertung einsetzen und die Vor- und Nachteile der jeweiligen Methoden reflektieren und begründen
- Risiko-Rendite-Eigenschaften von Anlageklassen und Finanzinstrumenten kritisch reflektieren

Selbstkompetenzen:
Die Teilnehmenden können:
- selbstständig Aufgaben lösen und neue Theorie im Selbststudium aneignen
- verschiedene Lösungsmöglichkeiten vergleichen und bewerten sowie Lösungen oder Entscheidungen begründen

Sozialkompetenzen:
Die Teilnehmenden können:
- die Meinung von Mitstudierenden kritisch reflektieren und analysieren
- die Auswirkungen von finanzwirtschaftlichen Massnahmen auf die anderen Bereiche der Unternehmenstätigkeit reflektieren und in den jeweiligen Entscheidungen mit einbeziehen.

Modul-/Lehrinhalte

Themen-/Lernblock I: Finanzielle Führung
- Planungsrechnung
- Finanzielle Führung
- Key Performance Indicators

Themen-/Lernblock II: Finanzierung und Bewertung
- Konzept des Diskontierens
- Unternehmensfinanzierung
- Investitionsrechnung
- Unternehmensbewertung

Themen-/Lernblock III: Finanzmärkte und Investments
- Traditionelle Anlageklassen
- Alternative Anlageklassen
- Arten von Finanzinstrumenten
- Risiko-Rendite-Eigenschaften von Investments

Themen-/Lernblock IV: Teil- und Standardkostenrechnung
- Teilkostenrechnung
- Kostenspaltungen
- fixe und variable Kosten
- Deckungsbeitragsrechnung
- Nutzschwellen, Break Even
- Preisuntergrenzen
- Make or Buy Entscheidungen
- Engpassberechnungen
- ISO-Deckungsbeitragsrechnung
- Fixkostendeckungsrechnung (mehrstufige Deckungsbeitragsrechnung)
- Standardkostenrechnung
- Standardkostenrechnung als Estimating Cost Systeme

Themen-/Lernblock V: Weitere Methoden der Kostenrechnung

- Prozesskostenrechnung
- Target Costing, Zielkostenspaltung
- Product Life Cycle Costing

Lehrmittel/-materialien

Pflichtliteratur:

- Betriebliches Rechnungswesen mit Controlling, 6. Auflage, Trepp-Hauri-Gehrig
- Hauser/Turnes (2021 – 4. Auflage), Unternehmensbewertung und Aktienanalyse, Zürich: Verlag SKV

Weiterführende Literatur:

-

Leistungsnachweise: Prüfungsart und -dauer

☐ Mündliche Prüfung, Dauer:
☒ Schriftliche Modulschlussprüfung, Dauer: 120 Minuten (120 Punkte, 1 Minute = 1 Punkt)
☐ Präsentationen in Zweierteams, Dauer:
☐ Einzel-Projektarbeit
☐ Projektarbeiten
☐ Lernberichte
☐ Schriftliche Arbeiten
☐ andere, nämlich:

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

1) Erlaubte Hilfsmittel für die Prüfung
- selbst verfasste (handschriftlich oder am PC) Zusammenfassung im Umfang eines A4-Blatts (Vorder- und Rückseite beschriftet)
- einfacher, nicht kommunikationsfähiger Taschenrechner

2) Zusammensetzung der Prüfung
Die Prüfung setzt sich wie folgt zusammen:
- Teil A Kostenrechnung: 50% Gewicht (60min), LB I, IV, V
- Teil B Finanzierung und Bewertung: 25% Gewicht (30min), LB II
- Teil C Finanzmärkte und Investments: 25% Gewicht (30min), LB III

OST
Ostschweizer
Fachhochschule

Rhetorik und Moderation

Modulcode	Modulart	gültig für Studienjahr
RHET	Wahlpflichtmodul	2022/23

Gesamtarbeitsaufwand / Workload in Stunden		Workload
Kontaktstudium	28 Stunden	3 ECTS
Begleitetes Selbststudium	32 Stunden	
Unbegleitetes Selbststudium	30 Stunden	
Total	90 Stunden	

Modulverantwortung

Ulrike Rosenbaum

Dozierendenteam

Ulrike Rosenbaum, Katrin Meier

Unterrichtssprache	Semester	
Deutsch	**Vollzeit:**	3. Semester
	Berufsbegleitend:	4. 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, Rhetorik-, Präsentations-, und Moderationsübungen (teils mit Videoaufnahmen) Partner- und Gruppenarbeiten, Selbststudium

Leitidee

Auftritts- und Präsentationskompetenz sind klassische überfachliche Kompetenzen, die auch später im Berufsleben hochrelevant sind - sei es im Gespräch mit Kunden, in Sitzungen mit Mitarbeitenden oder an grossen Kongressen - die grundlegenden Techniken sind die gleichen.
In diesem Modul erarbeiten wir Techniken für kompetentes Auftreten und Präsentieren. Wir lernen, wie wir Wichtiges prägnant präsentieren und wir erproben in Trainings vor den anderen Seminarteilnehmenden, wie man anhand einer knappen Vorbereitung kompetent und sicher referiert und auftritt. Dabei erweitern wir unser Präsentationsrepertoire und erfahren, dass wir dank freier Rede unser Publikum gewinnen und wirkungsvoll kommunizieren.

Die Teilnehmenden gewinnen Sicherheit in der Vorbereitung und Durchführung von Präsentationen. Sie lernen Inhalte überzeugend und adressatengerecht aufzubereiten und zu vermitteln.

Vorkenntnisse (Eingangskompetenzen)

Es werden keine Vorkenntnisse vorausgesetzt.

Angestrebte Lernergebnisse (Abschlusskompetenzen)

Fachkompetenzen:
Die Teilnehmenden können:
- situationsbedingt wirkungsvoll präsentieren und kommunizieren;
- verschiedene Formen des Feedbacks geben und annehmen;
- Inhalte mit Einsatz sinnvoller Hilfsmittel pointiert präsentieren.

Methodenkompetenzen:
Die Teilnehmenden können:
- Techniken der Vorbereitung von Referaten und Präsentationen anwenden;
- Techniken für kompetentes Auftreten und Präsentieren anwenden;
- Überzeugungsstrategien und rhetorische Mittel gezielt anwenden;
- Argumentationen schlüssig und überzeugend führen.

Selbstkompetenzen:
Die Teilnehmenden können:
- den Mitstudierenden differenzierte Feedbacks zu deren Redebeiträgen geben;
- sich selbst und seine Wirkung auf eine Gruppe oder Individuen beurteilen;
- die eigene Authentizität in Redebeiträgen entfalten.

Sozialkompetenzen:
Die Teilnehmenden können:
- unterschiedliche Interessengruppen (Stakeholder) mit Hilfe von Kommunikationsmitteln zu einem Konsens bewegen;
- sich auf die Gefühle, Erwartungen, Logiken, intellektuellen Fähigkeiten der Adressaten einstellen und diese adäquat im Redebeitrag berücksichtigen.

Modul-/Lehrinhalte

Themen-/Lernblock I: Einführung ins Modul und Grundlagen der Rhetorik

- Fokus, Präsenz, Beziehung
- Einstieg, Dramaturgie/Struktur, Schluss
- Körpersprache, Umgang mit Lampenfieber
- Lob der freien Rede
- Hilfsmittel/Medien
- Die effiziente Vorbereitung
- Komplexes adressatengerecht vermitteln
- Stimme, Atem, Sprechtechnik
- Umgang mit Pannen
- Training

Themen-/Lernblock II: Rhetorik und Moderation

- Moderation: Die Grundlagen/Moderationsphasen
- Moderationstechniken 1
- Moderationstechniken 2
- Rollen- und Prozessbewusstsein
- Fragen, paraphrasieren, überleiten – die Kunst der Gesprächsführung
- Moderation eines längeren Prozesses
- Moderation eines Gesprächs/einer Veranstaltung
- Moderation eines Meetings
- Reflexion: Learnings, Erkenntnisse, Entwicklung
- Rhetorik und Moderation im Online-Setting
- Training

Themen-/Lernblock III: Abschlusspräsentationen

- Halten einer frei gesprochenen Präsentation (Hilfsmittel erlaubt) mit Videoaufzeichnung

Lehrmittel/-materialien

Pflichtliteratur:

- Ackermann, A., Nänny, M. & Torra, E. (2012). Rhetorik. Skript OST - Ostschweizer Fachhochschule.
- Seifert, J. W. (2000). Moderieren. Offenbach: Gabal Verlag.
- Dokumentation Auftritts- und Präsentationskompetenz
- Dokumentation Moderation

Weiterführende Literatur:

- Rohr, P. (2016). Reden wie ein Profi - im Beruf, privat, in der Öffentlichkeit. Beobachter Edition.
-

Leistungsnachweise: Prüfungsart und -dauer

☐ Mündliche Prüfung, Dauer:
☐ Schriftliche Modulschlussprüfung, Dauer:
☐ Präsentationen in Zweierteams, Dauer:
☐ Einzel-Projektarbeit

☐ Projektarbeiten
☐ Lernberichte
☐ Schriftliche Arbeiten
☒ andere, nämlich: siehe unten

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

1) Halten einer frei gesprochenen ca. fünfminütigen Präsentation. Dokumente zum Testat siehe Moodle.
2) Halten einer «Rede in freier Wildbahn», eine frei gesprochene Rede, die im Selbststudium erarbeitet, aufgenommen und auf Teams hochgeladen wird. Einreichen des Redemanuskripts.
3) Aktive Teilnahme an einer Moderationsrunde.
Die «Rede in freier Wildbahn», das Einreichen des Redemanuskripts sowie die aktive Teilnahme an einer Moderationsrunde sind testatpflichtig. Die Abschlusspräsentation wird benotet.

OST
Ostschweizer
Fachhochschule

Marketing

Modulcode	Modulart	gültig für Studienjahr
MRKT	Pflichtmodul	2023/24

Gesamtarbeitsaufwand / Workload in Stunden		Workload
Kontaktstudium	56 Stunden	6 ECTS
Begleitetes Selbststudium	**32** Stunden	
Unbegleitetes Selbststudium	**92** Stunden	
Total	**180** Stunden	

Modulverantwortung

Rosella Toscano-Ruffilli

Dozierendenteam

Daniel Steiner, Rosella Toscano-Ruffilli, Rolando Zahner

Unterrichtssprache	Semester	
deutsch	**Vollzeit:**	3. Semester
	Berufsbegleitend:	4. 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, Plenumsdiskussion, angeleitetes Selbststudium, Selbststudium

Leitidee

Eine Betriebsökonomin oder ein Betriebsökonom ist in der Lage, dank eines theoretisch fundierten Marketing-Grundlagenwissens die Bedeutung des Marketings im Rahmen der Unternehmensführung und in der Vernetzung mit anderen Unternehmensbereichen zu verstehen.

Darüber hinaus verfügt die Absolventin oder der Absolvent über die zentralen marketingspezifischen Methodenkompetenzen, welche dazu befähigen, Marktinformationen gezielt und strukturiert zu sammeln und einfache Marketinganalysen und Marketingstrategien systematisch und selbständig zu bearbeiten. Ausgehend von den Marketingstrategien verfügen Betriebsökonominnen und Betriebsökonomen über die Kompetenz, konkrete, zielgerichtete Detailaufträge an Spezialisten zu erteilen. Absolventinnen und Absolventen erhalten einen zeitgemässen Einblick ins Marketing und in die aktuellen Trends in diesem Bereich.

Vorkenntnisse (Eingangskompetenzen)

Der vorgängige Besuch des Moduls Systemtisches Management (SYMG) wird empfohlen.

Angestrebte Lernergebnisse (Abschlusskompetenzen)

Fachkompetenzen:
Die Teilnehmenden können:

- den Begriff und die Bedeutung des Marketings im gesamtunternehmerischen Zusammenhang erklären;
- für eine ausgewählte Unternehmung die Elemente und Beziehungen des relevanten Markt- und Umweltsystems darstellen und mit dem Einsatz geeigneter Methoden der Marktforschung systematisch analysieren;
- die zentralen Aspekte einer systeamtischen Marketinganalyse anwenden und daraus Erkenntnisse für die Marketingstrategie ableiten;
- ausgehend von der Marketingsituationsanalyse und den Vorgaben aus der Unternehmens-strategie eine einfache Marketingstrategie erarbeiten;
- den Einsatz der Marketinginstrumente so bestimmen, dass die definierten Unternehmens- und Marketingziele mit einem optimalen Ressourceneinsatz erzielt werden.
- Aktuelle Entwicklungen und Trends im Marketing erklären und in die Marketingüberlegungen integrieren.

Methodenkompetenzen:
Die Teilnehmenden können:

- den systematischen, strategischen und operativen Analyse- und Planungsprozess im Marketing sowie die dafür notwendigen Instrumente und Techniken sinnvoll anwenden;
- die notwendigen Informationen für eine einfache Marketingsituationsanalyse mit dem Einsatz geeigneter Methoden der Marktforschung systematisch beschaffen, auswerten und interpretieren;
- die strategischen Grundsatzentscheide sachgerecht und nachvollziehbar darlegen;
- die Techniken zum Generieren von Ideen (Hüte von De Bono, morphologischer Kasten) erklären und gezielt anwenden.
- die wichtigsten Umsetzungsmethoden von der Ideenfindung über den Einsatz von Massnahmen bis zum Controlling anwenden.
- Die Zusammenarbeit mit externen Spezialisten organisieren

Selbstkompetenzen:
Die Teilnehmenden können:

- die eigenen Stärken und Schwächen in Bezug auf die erbrachten Leistungen sowie die eigenen Arbeitsweise reflektieren und Erfolgsreserven daraus ableiten;
- eine kritisch-konstruktive Haltung gegenüber dem Marketing als systematisch zu gestaltende Aufgabe entwickeln;
- das Bewusstsein über die Konsequenzen eigener Entscheidungen im Marketing für andere Unternehmensbereiche entwickeln.

Sozialkompetenzen:
Die Teilnehmenden können:

- sich in die Rolle und Aufgaben verschiedener Marktpartner hineindenken und konkrete Erwartungen aus dieser Rolle formulieren;
- die getroffenen Marketingentscheide zielgruppengerecht kommunizieren und verteidigen.

Modul-/Lehrinhalte

Themen-/Lernblock 1: Markt und Kunden analysieren

- Bedeutung des Marketings und das Zusammenspiel zwischen dem Marketing und den übrigen Funktionsbereichen der Unternehmung
- Aufgaben des Marketings
- Struktur und Inhalte der Marketingsituationsanalyse (u.a. Segmentierung, Kundenanalysen, Customer Journey, Personas)
- Methoden und Anwendungsgebiete der Marktforschung

Themen-/Lernblock 2: Marketingstrategien entwickeln und steuern

- Zusammenspiel zwischen der Marketingstrategie und den weiteren Funktions- und Divisionsstrategien im Unternehmen
- Aufbau und Inhalt einer Marketingstrategie
- Positionierung
- Ziele im Marketing (inkl. Kundenakquise, Leadgenerierung, Kundenbindung)
- Strategisches Marketingcontrolling (Dashboard, Performance Marketing, Marketing Automation, etc.)

Themen-/Lernblock 3: Marketinginstrumente planen und gestalten

- Integrierte Planung der Marketinginstrumente (analog, hybrid, digital)
- Grundzüge zur Wirkungsweise und zu den Einsatzmöglichkeiten verschiedener Marketinginstrumente entlang der Customer Journey
- Bedeutung der CX für den Marketingerfolg
- Aktuelle Entwicklungen und Trends rund um die Instrumente der Produktpolitik (u.a. UX, Sharing Economy, Smart Services, NFT, etc.)
- Vertiefung der Möglichkeiten im Bereich der Kommunikationspolitik (klassisch und online: AR, NFC, native Advertising, SEO/SEA, Social Media, Influencer Marketing, etc.)
- Anwendungsbeispiele

Themen-/Lernblock 4: Marketingmassnahmen umsetzen und realisieren

- Einsatz verschiedener Tools kennenlernen von der Analyse über die Entscheidungsfindung bis zum Einstrumente- und Massnahmen-Einsatz (z.B. Marktforschungsplattformen, Contentplanung, Google-Analytics, etc.)
- Zusammenarbeit mit externen Spezialisten richtig planen (vom Briefing zum Auftrag)
- Möglichkeiten und Grenzen ausgewählter Kreativitätstechniken (Hüte von De Bono, morphologischer Kasten) in der praktischen Anwendung
- Zusammenfassung des gesamten Moduls /Prüfungsvorbereitung

Lehrmittel/-materialien

Pflichtliteratur:

- Foliensätze
- Toolbox
- aktuelle Artikel aus Fachzeitschriften und Auszüge aus Fachbücher
- Toscano-Ruffilli R. & Graber B. Strategisches Marketing kompakt. St. Gallen: klv (978-3-85612-893-7) auch als E-Book erhältlich
- Steiner D. & Graber B. Operatives Marketing kompakt. St. Gallen: klv (978-3-85612-557-8) auch als E-Book erhältlich

Weiterführende Literatur:

- Beilharz F. Crashkurs Digitales Marketing: Social. Local. Mobile. Haufe Group. (978-3-6481-4785-6).
- Bruhn M. Marketing. Gabler Verlag (3-4097-3646-8).
- Homburg Chr., Krohmer H. Marketingmanagement: Strategie - Instrumente - Umsetzung - Unternehmensführung. Gabler Verlag (3-8349-1656-0).
- Kotler Ph., Kartajaya H., Setiawan I. Marketing 5.0. Frankfurt / New York: Campus Verlag. (978-3-593-51480-2) auch als E-Book erhältlich
- Kotler Ph., Keller K. Marketing Management. Prentice Hall (0-1314-5757-8).
- Kühn, R. & Fuhrer, U. Marketing: Analyse und Strategie. Zürich: Werd Verlag. (978-3-8593-2696-5).
- Kreutzer Ralf T. Praxisorientiertes Marketing. Grundlagen - Instrumente - Fallbeispiele. Wiesbaden: Springer Fachmedien. (978-3-8349-3462-8)
- Kreutzer Ralf T. Praxisorientiertes Online-Marketing. Konzepte - Instrumente -Checklisten. Wiesbaden: Springer Fachmedien. (978-3-658-17911-3)
- Lammenett E. Praxiswissen Online-Marketing. Springer Gabler (978-3-658-32339-4).
- Meffert H., Burmann Chr., Kirchgeorg M. Markting. Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung. Springer Gabler (3-6580-2343-0).
- Naskrent J., Stumpf M., Westphal J. Marketing & Innovation 2021. Digitalität – die Vernetzung von digital und analog. Schulthess (978-3-658-29366-6)
- Seebacher, U. (Hrsg) Praxishandbuch B2B-Marketing. Springer Gabler (978-3-658-31650-1) auch als E-Book erhältlich

Leistungsnachweise: Prüfungsart und -dauer

☐ Mündliche Prüfung, Dauer:
☒ Schriftliche Modulschlussprüfung, Dauer: 120 Minuten
☐ Präsentationen in Zweierteams, Dauer:
☐ Einzel-Projektarbeit
☐ Projektarbeiten
☐ Lernberichte
☐ Schriftliche Arbeiten
☐ andere, nämlich:

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

- Modulschlussprüfung von 120 Minuten (Leistungsbewertung; open book ohne Computer, Mobile, Tablet oder andere kommunikationsfähige Geräte)

OST
Ostschweizer
Fachhochschule

Wirtschaftsmathematik und -statistik B

Modulcode	Modulart	gültig für Studienjahr
MSTB	Pflichtmodul	2022/23

Gesamtarbeitsaufwand / Workload in Stunden		Workload
Kontaktstudium	48 Stunden	6 ECTS
Begleitetes Selbststudium	42 Stunden	
Unbegleitetes Selbststudium	90 Stunden	
Total	**180** Stunden	

Modulverantwortung

Prof. Heinz Bleiker

Dozierendenteam

Dr. Stefan Ott
Dr. Thomas Krabichler
Prof. Heinz Bleiker

Unterrichtssprache	Semester	
Deutsch	**Vollzeit:**	2. Semester
	Berufsbegleitend:	2. oder 3. 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

Das Modul besteht aus Plenar-Vorlesungen, Übungen (im Klassenverband), digitalen Lerneinheiten sowie Übungen im Selbststudium.

Plenarvorlesung: Dozentenvortrag, Lehrgespräch

Übungen im Klassenverband: Dozentenvortrag, Lehrgespräch, Einzel- und Partnerarbeiten im Unterricht

Digitale Lerneinheiten: Selbständiges Erarbeiten von Lerninhalten anhand von Lernpfaden mit Lernvideos, Lösen von Aufgaben mit aufgezeigten Lösungswegen und Lernkontrollen.

Übungen im **Selbststudium**, Fallbeispiele.

Leitidee

Das Modul ist gegliedert in zwei Sektionen: Rentenmathematik (Sektion 1, S1) und Wahrscheinlichkeitstheorie und Schliessende Statistik (Sektion 2, S2)

Eine Betriebsökonomin oder ein Betriebsökonom kann Berechnungen von arithmetischen und geometrischen Folgen durchführen. Bei den Renten kann sie/er zinsterminliche und unterzinsterminliche Fälle sowie ewige Renten berechnen. Im Gebiet der Tilgungsrechnung kann sie/er Annuitäten- und Ratentilgungsbeispiele berechnen und in diversen Varianten konkreter Problemstellungen anwenden.

Eine Betriebsökonomin oder ein Betriebsökonom kann die Wahrscheinlichkeitstheoretischen Grundlagen richtig anwenden und in konkreten Beispielen zur Berechnung von Wahrscheinlichkeiten anwenden.
Sie/er kann einfache Stichprobenpläne erstellen und kann die Repräsentativität von Stichproben in konkreten Beispielen einschätzen. Sie/er kann Berechnungen von Vertrauensintervallen und einfache statistische Tests durchführen.
Sie/er ist damit fähig, eine Marktforschung (oder ähnliche Erhebungen) statistisch sachgerecht durchzuführen.

Sie/er kann technische Hilfsmittel (Taschenrechner/Computer) zum Lösen mathematischer und statistischer Fragestellungen zielgerichtet einsetzen.

Vorkenntnisse (Eingangskompetenzen)

Modul MSTA

Angestrebte Lernergebnisse (Abschlusskompetenzen)

Fachkompetenzen:

Die Teilnehmenden können:

- den Wert von arithmetischen und geometrischen Folgen und Reihen berechnen
- Berechnungen von Abschreibungen, unterzinsterminlichen Verzinsungen, stetige Zinssätze und Barwert-berechnung durchführen und die Resultate interpretieren
- Rentenberechnungen von zinsterminlichen und unterzinsterminlichen, vor- und nachschüssigen Renten durchführen
- Berechnungen von fortschreitenden Renten in unterschiedlichen Situationen anwenden
- Berechnungen der Annuitäten- und der Ratentilgung in diversen Beispielen durchführen

- die grundlegenden Wahrscheinlichkeitsbegriffe erklären
- Kombinatorikaufgaben, Laplace- und bedingte Wahrscheinlichkeiten berechnen
- Wahrscheinlichkeitsberechnungen mit den diskreten Verteilungen (Binomial-, Poisson-, Hypergeometrische Verteilung) durchführen und verstehen
- Berechnungen von normalverteilten Daten in verschiedenen Anwendungen durchführen
- Approximationskriterien für die Approximation von diskreten Verteilungen durch die Normalverteilung anwenden

- geeignete Stichprobenpläne erstellen, die Problematik der Gültigkeit von Stichprobenerhebungen erläutern und in Fallbeispielen einschätzen
- die Berechnungsformeln für Vertrauensintervalle nachvollziehen, Berechnungen von Vertrauensintervallen durchführen und situationsgerecht interpretieren
- die Systematik von statistischen Test nachvollziehen, einfache Tests für Parameter, Verteilungen und Unabhängigkeit durchführen und situationsgerecht interpretieren
- Anwendungen im Rahmen von Marktforschungsprojekten planen und durchführen

Methodenkompetenzen:

Die Teilnehmenden können:
- mathematische Verfahren und Hilfsmittel in anderen Fachgebieten effizient einsetzen
- zur Lösung mathematischer Problemstellungen geeignete Hilfsmittel zielgerichtet einsetzen
- die Chancen und Schwierigkeiten der empirischen Sozialforschung erkennen und in Stichprobenerhebungen geeignete Forschungsdesigns wählen
- verschiedene statistische Analysemethoden situationsgerecht anwenden
- Methoden der Datenverarbeitung mit den geeigneten technischen Hilfsmitteln (Excel, Taschenrechner) durchführen
- Chancen und Gefahren der schliessende Statistik und deren Resultate richtig einschätzen.

Selbstkompetenzen:
-

Modul-/Lehrinhalte

S1-Themen-/Lernblock 1: Mathematische Grundlagen
- arithmetische und geometrische Folgen und deren Anwendungen.
- Abschreibungsmodelle (linear, arithmetisch-degressiv, geometrisch-degressiv)

S1-Themen-/Lernblock 2: Rentenmathematik
- Verzinsungsmasse: nominal, effektiv, relativ, konform, stetig, Anwendungsbeispiele
- Rentenmodelle: vor- und nachschüssiger Fall, zins- und unterzinsterminliche Berechnung
- Ewige Renten
- Anwendungsbeispiele der Rentenrechnung
- Forschreitende Renten: geometrisch und arithmetischer Fall, Anwendungsbeispiele

S1-Themen-/Lernblock 3: Tilgungsrechnung
- Annuitätentilgung, zins- und unterzinsterminlicher Fall
- Ratentilgung
- Anwendungsbeispiele der Tilgungsrechnung (Tilgung, Leasing…)

S2-Themen-/Lernblock 1: Wahrscheinlichkeitsbegriff und Kombinatorik
- Axiome der Wahrscheinlichkeitstheorie
- Laplace-Wahrscheinlichkeit und bedingte Wahrscheinlichkeit
- Kombinatorik

- Anwendungsbeispiele

S2-Themen-/Lernblock 2: Diskrete Verteilungen
- Zufallsvariablen und Verteilungen, diskreter und stetiger Fall
- Binomialverteilung, Hypergeometrische Verteilung, Poissonverteilung
- Erwartungswert und Varianz
- Anwendungsbeispiele

S2-Themen-/Lernblock 3: Normalverteilung und Approximation
- Normalverteilung und Standardnormalverteilung
- Approximationen diskreter Verteilungen
- Anwendungsbeispiele

S2-Themen-/Lernblock 4: Grundlagen der Schliessenden Statistik
- Zusammenhang von Grundgesamtheit und Stichprobe
- Gütekriterien für Stichprobenerhebungen
- Eigenschaften von Schätzfunktionen
- Inklusions- und Repräsentationsschluss
- Testverteilungen

S2-Themen-/Lernblock 5: Vertrauensintervalle
- Vertrauensintervalle für Mittelwerte
- Vertrauensintervalle für die Differenz von Mittelwerten
- Vertraunesintervalle für Anteilswerte
- Vertraunensintervalle für Varianz und Standardabweichung
- Berechnung des notwendigen Stichprobenumfangs, endliche Grundgesamtheit

S2-Themen-/Lernblock 6: Hypothesentests
- Grundidee eines statistischen Tests
- Teste für Mittel- und Anteilswert
- Chi-Quadrat-Verteilungstest
- Chi-Quadrat-Unabhängigkeitstest

Lehrmittel/-materialien

Pflichtliteratur:
- Ott, St., Stricker, J. (2020). Skript Rentenmathematik OST.
- Bleiker, H. (2020). Skript Wahrscheinlichkeitstheorie. OST.
- Bleiker, H. (2020). Skript Schliessende Statistik. OST.

Weiterführende Literatur:
- Ott, St. (2022). Aufgabensammlung Stützkurs MSTB. OST.
- Tietze, J. (2019). Einführung in die angewandte Wirtschaftsmathematik. 18. Auflage. Braunschweiz/Wiesbaden: Vieweg (oder andere Auflage).
- Bourier, G. (2002). Wahrscheinlichkeitsrechnung und schliessende Statistik. 3. Auflage. Wiesbaden: Gabler.

Leistungsnachweise: Prüfungsart und -dauer

☐ Mündliche Prüfung, Dauer:
☒ Schriftliche Modulschlussprüfung, Dauer: 120 Minuten
☐ Präsentationen in Zweierteams, Dauer:
☐ Einzel-Projektarbeit

☐ Projektarbeiten
☐ Lernberichte
☐ Schriftliche Arbeiten
☒ andere, nämlich: Lernkontrollen der digitalen Lerneinheiten (siehe unten «Weitere Angaben zu den Leistungsnachweisen»)

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

Im Rahmen der digitalen Lerneinheiten (DLE) werden elektronische Lernkontrollen angeboten. **Diese können bis zu sechs Mal wiederholt werden. Ab dem siebten Versuch wird die entsprechende Lernkontrolle mit 0 Punkten bewertet.** Dabei sind alle Hilfsmittel zulässig. Für eine zuverlässige Protokollierung Ihrer Ergebnisse ist es erforderlich, einen Testdurchgang komplett durchzuführen und abzuschliessen. Ein Testdurchgang gilt als erfolgreich absolviert, wenn in mindestens einem Testdurchgang mindestens 70% der Aufgaben richtig beantwortet sind.

Pro erfolgreich absolvierter digitaler Lerneinheit werden **1.5 Punkte** vergeben, die bei der Berechnung der **Modulnote** berücksichtigt werden.

Modulbewertung
Die Summe aus den Punkten der Modulschlussprüfung (maximal 90 Punkte) und den Punkten aus erfolgreich absolvierten sieben digitalen Lerneinheiten (maximal 10.5 Punkte) ergibt die Gesamtpunktzahl. Diese bildet die Basis für die Berechnung der Modulnote.

OST Ostschweizer Fachhochschule

Wahrnehmungs- und Kommunikationspsychologie (WKPS)

Modulcode	Modulart	gültig für Studienjahr
WKPS	Pflicht	2023

Gesamtarbeitsaufwand / Workload in Stunden		Workload
Kontaktstudium	22 Stunden	ECTS
Begleitetes Selbststudium	**6** Stunden	
Unbegleitetes Selbststudium	**62** Stunden	
Total	**90** Stunden	

Modulverantwortung

Dr. Susanne Zajitschek, M.A. Arbeits- und Organisationspsychologie

Dozierendenteam

Dr. Susanne Zajitschek

Unterrichtssprache	Semester	
deutsch	**Vollzeit:**	5. Semester
	Berufsbegleitend:	4. 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, Einzelarbeit, Partnerarbeit, Gruppenarbeit, Gesprächsübungen, Selbststudium, angeleitetes Selbststudium

Leitidee

Die vielfältigen kommunikativen Interaktionen mit den verschiedenen Anspruchsgruppen in einer modernen Unternehmung oder Verwaltung erfordern von Betriebsökonominnen und Betriebsökonomen eine hohe kommunikative und reflektive Kompetenz. Mit Blick auf die Herausforderungen von Agilität, Digitalisierung und Transformation werden kommunikative Kompetenzen zur Schlüsselressource für die erfolgreiche Bewältigung der diversen bevorstehenden Veränderungen. Neue Formen der Zusammen-arbeit in der VUCA-Welt von Heute und Morgen wie z.B. Design Thinking, Holacracy oder kollegiale Führung und Zusammenarbeiten kommen - trotz oder gerade wegen KI - ohne gelingende Kommunikation auf Augenhöhe zwischen Menschen nicht mehr aus. Kommunikative Kompetenz ist daher eine Schlüsselkompetenz bzw. gehört zu den Future Skills, da sie jenseits von fachlichen Fähigkeiten in unterschiedlichen Berufen ein wesentlicher Erfolgsfaktor sein kann.

Um diesen Anforderungen gewachsen zu sein, muss eine Betriebsökonomin / ein Betriebsökonom über ein differenziertes kommunikationstheoretisches Wissen verfügen. Für die anspruchsvolle, betriebliche (Führungs-) Praxis sollen ihr / ihm situativ passende und psychologisch fundiert abgestützte Kommunikationsinstrumente zur Verfügung stehen.

Forschungsgegenstand der Kommunikationspsychologie sind «Einflussfaktoren auf Kommunikation», «Kommunikationsverhalten» sowie «Ergebnisse bzw. Folgen kommunikativen Handelns». Wahrnehmung, genau genommen, wie jeder Mensch seine Wirklichkeit konstruiert (Konstruktivismus) spielt dabei eine entscheidende Rolle.

Das Kommunikationsmodul vermittelt die Grundlagen für eine professionelle Kommunikation in drei Hauptthemenbereichen:

• Person und Situation als Determinanten der Kommunikation (sozialpsychologische und persönlichkeitspsychologische Modelle)
• die wesentlichen Theorien der Wahrnehmungs- und Kommunikationspsychologie
• Gesprächsstrukturierungs- und Gesprächsführungstechniken für betriebliche Kommunikationssituationen (Mitarbeitenden-Gespräch; Kritikgespräch, Verhandlungsgespräch etc.).

Vorkenntnisse (Eingangskompetenzen)

Es werden keine speziellen Vorkenntnisse vorausgesetzt; gefordert sind Neugier und Offenheit gegenüber Neuem

Angestrebte Lernergebnisse (Abschlusskompetenzen)

Fachkompetenzen:
Die Teilnehmenden können:

- die Einflüsse und Wirkungen von Werthaltungen auf die zwischenmenschliche Kommunikation erklären;
- ein grundsätzliches Erklärungsmodell der zwischenmenschlichen Kommunikation verstehen;
- die Bedeutung der Persönlichkeit und der sozialen Situation als die beiden zentralen Determinanten des menschlichen Verhaltens im Kommunikationsprozess verstehen;

- die grundlegenden neuro-kognitiven Prozesse der Wahrnehmung und ihre Implikationen erklären und die typischen Fehler bei der Personenwahrnehmung benennen;
- zwei psychologische Strukturmodelle der Persönlichkeitstheorie in praxisbezogenen Übungssituationen anwenden;
- die sozialpsychologischen Attributionstheorien in praxisbezogenen Übungssituationen anwenden;
- die für die Kommunikation wichtigsten Modelle der Transaktionsanalyse in Übungssituationen anwenden;
- die kommunikationstheoretischen Axiome von Watzlawick erklären;
- das Kommunikationsquadrat von Schulz von Thun in praxisorientierten Übungssituationen anwenden;
- die Techniken der professionellen Gesprächsführung: aktives Zuhören, verschiedene Fragetypen, „Sie-/Ich-Botschaften“, Feedback-Regeln in Übungsgesprächen korrekt anwenden;
- Gespräche professionell etappieren (Vorbereitung, Durchführung, Nachbereitung)
- Gesprächsphasen korrekt anwenden (phasische Strukturierung von formellen Gesprächen);
- die Formen verschiedener Gesprächsarten unterscheiden: z. B. Mitarbeitendengespräche, Auftragsgespräche etc;
- die Grundregeln von Verhandlungsgesprächen und von Kritikgesprächen erklären.

Methodenkompetenzen:
Die Teilnehmenden können:

- Gesprächssituationen mit den Theorien aus der Kommunikationspsychologie analysieren und erklären.
- Konstruktives Feedback geben und empfangen;
- die Einflüsse von Wahrnehmungsprozessen auf die Kommunikation und die Personenwahrnehmung erkennen und daraus resultierende Fehler vermeiden bzw. korrigieren;
- Gespräche mit verschiedenen Gesprächspartner/innen (Mitarbeitende, Kunden & Kundinnen etc.) sowie Kritik- und Verhandlungsgespräche systematisch planen, vorbereiten und strukturiert führen.
- Aufgrund der wissenschaftlichen Erhebungsmethode der Beobachtung eine Verknüpfung zwischen den Theorien aus der Kommunikationspsychologie sowie eigenen Erfahrungen der synchronen Face-to-Face-Gespräche (am gleichen sowie an verschiedenen Orten) mittels im Vorfeld definierten Kriterien herstellen.

Selbstkompetenzen:
Die Teilnehmenden können:

- sich ihrer persönlichen Verhaltenspräferenzen bewusster werden und diese Selbstkenntnis in Kommunikationssituationen berücksichtigen;
- ihre eigenen Werthaltungen und Einstellungen reflektieren und sich deren Einfluss auf ihr Verhalten gegenüber anderen Personen bewusster machen;
- ihre Selbstwahrnehmung und ihr persönliches Kommunikationsverhalten verbessern.

Sozialkompetenzen:
Die Teilnehmenden können:

- in Beruf und Alltag adressaten- und adressatinnengerechter kommunizieren;
- besser auf ihre Gesprächspartner/-innen eingehen und auf eine partnerorientierte Kommunikation achten;
- Gespräche mit situationsadäquatem Einsatz der Kommunikationsinstrumente führen (Fragetechniken, aktives Zuhören, „Sie-/Ich-Botschaften“, Feedback etc.);
- formelle Gespräche mit verschiedenen Anspruchsgruppen (Mitarbeitende, Kunden & Kundinnen, etc.) professioneller führen.

Modul-/Lehrinhalte

Themen-/Lernblock I: Determinanten des Kommunikationsverhaltens

- Einführung in die Kommunikationspsychologie
- Soziale Wahrnehmung & Konstruktivismus
- Werte und Normen
- S-E Modell der Kommunikation
- Persönlichkeitstheorie von C.G. Jung, MBTI sowie TMS
- Wahrnehmung und menschliche Informationsverarbeitung
- Johari-Fenster und (konstruktives) Feedback
- Attributionstheorien

Themen-/Lernblock II: Kommunikationstheorien

- Die Transaktionsanalyse (TA)
- Axiome der Kommunikation von Watzlawick
- Kommunikationsquadrat von Schulz von Thun

Themen-/Lernblock III: Gesprächsführung

- Gespräche professionell führen: Phasen und Techniken, nonverbale Kommunikation
- Methode des "Aktiven Zuhörens"
- Fragetechnik und kritische Botschaften in Gesprächen
- Verhandlungsgespräche
- Kritikgespräche

Themen-/Lernblock IV:

-

Themen-/Lernblock V:

-

Lehrmittel/-materialien

Pflichtliteratur:

- "Kommunikationspsychologie", Skript zum Modul WKPS, OST, Departement Wirtschaft
- Johnson, S. (2007). Die Mäusestrategie für Manager. Veränderungen erfolgreich begegnen. Ariston
- Foliensätze für den Unterricht auf dem Lernportal, Übungsunterlagen im Unterricht

Weiterführende Literatur:

- siehe Literaturliste im Skript WKPS

Leistungsnachweise: Prüfungsart und -dauer

☐ Mündliche Prüfung, Dauer:
☒ Schriftliche Modulschlussprüfung, Dauer: : 60 Minuten
☐ Präsentationen in Zweierteams, Dauer:
☐ Einzel-Projektarbeit
☐ Projektarbeiten
☐ Lernberichte
☐ Schriftliche Arbeiten
☐ andere, nämlich:

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

1) Schriftliche Modulabschlussprüfung von 60 Minuten, keine Hilfsmittel erlaubt (bewertet zu 100%).

2)