



u^b

b
UNIVERSITÄT
BERN

Certificate of Advanced Studies

Marktorientierte Betriebswirtschaftslehre

CAS

Start: 23. Mai 2024

Der «Certificate of Advanced Studies» (CAS) Lehrgang im Bereich markt-orientierte Betriebswirtschaftslehre ist Teil des «Executive MBA in Marketing Management» der Universität Bern.

www.imu-weiterbildung.ch

CAS marktorientierte Betriebswirtschaftslehre

Liebe Interessierte

Dieser CAS-Lehrgang vermittelt Ihnen die Grundlagen der Betriebswirtschaft. Aus strategischer Sicht vermitteln wir Ihnen Planungsmodelle sowie die Grundlagen für die Umsetzung von Strategien und das dazugehörige Controlling über strategische und finanzielle Kennziffern. Eine Unternehmenssimulation am Ende des Lehrgangs zeigt das Zusammenspiel der Instrumente, Funktionen und Prozesse in einem Unternehmen auf.

Dieser Lehrgang richtet sich an Entscheidungstragende, welche die Zusammenhänge der Unternehmensführung aus markt- und kundenorientierter Sicht verstehen sollten. Dafür haben wir Dozierende der Spitzenklasse aus Universitäten, Fachhochschulen und der Praxis engagiert.



Prof. Dr. Harley Krohmer
Direktor des IMU
Universität Bern



Dr. Caroline Kähr Serra
Leitung der Weiterbildung
am IMU Marketing EMBA
Universität Bern

Modul 1 und 2

Strategisches Management

23. bis 25. Mai 2024

In diesem Modul lernen die Teilnehmenden die Grundlagen der strategischen Unternehmensführung kennen. Dabei werden die zentralen Herausforderungen in der Strategieformulierung und -implementierung diskutiert und es wird aufgezeigt, mit welchen Instrumenten und Modellen sich ein Unternehmen diesen Herausforderungen erfolgreich stellen kann.

Zentrale Lerninhalte

- Grundlagen und Modelle des strategischen Managements
- Analyse strategische Ausgangslage (intern und extern)
- Erstellung und Beurteilung von Business Plänen
- Verständnis und Anwendung von Business Model Canvas und Value Proposition
- Blue Ocean Strategien finden und realisieren

Moderation:
Prof. Dr. Claudia Jonczyk Sedes
(Universität Neuchâtel)

Business Development und Intrapreneurship

20. bis 22. Juni 2024

Eine Ursprungsidee wird zur Geschäftsidee weiterentwickelt, was schliesslich in der Gründung eines Unternehmens mündet. Dieses Modul vermittelt einen Einblick in die Entwicklung und Hürden eines Unternehmens von der Ursprungsidee bis zur Exit-Strategie. Diskutiert werden dabei ebenfalls die Herausforderungen in der Entwicklung von bestehenden Unternehmen.

Zentrale Lerninhalte

- Themenfeld Entrepreneurship
- Entwicklung einer Unternehmensidee und Gründung
- Management des Lebenszyklus
- Corporate Entrepreneurship

Moderation:
Prof. Dr. Andreas Hack
(Universität Bern)

Modul 3 und 4

Modul 5 und 6

Finanzgrundlagen und Jahresabschluss

15. bis 17. August 2024

Daten stellen einen wichtigen Teil der Führungsmittel dar: Sie müssen zu Kennziffern verdichtet werden. So lassen sich Wertschöpfung, Rentabilität und Mittelfluss prägnant ausdrücken. Dieses Modul widmet sich solchen Informationssystemen, welche der Gewinnung, Systematisierung und Analyse von Informationen dienen. Die Informationen sind die Basis für strategische Entscheidungen.

Zentrale Lerninhalte

- Funktionen, Bezugsobjekte und Inhalte des Marketing- und Vertriebscontrollings
- Strategische und operative Marketing- und Vertriebspläne
- Instrumente Kosten- und Erfolgsrechnung und deren Anwendung auf Produkte
- Investitionsrechnung und deren Ausgestaltung

Moderation:
Daniel Gfeller, lic.rer.pol.
(GFD Consulting)

Leadership

12. bis 14. September 2024

Für Unternehmen ist die optimale Nutzung der Ressource Mensch zentral. Wertschöpfung und Leistungsgestaltung geschieht mit und durch Menschen. Das erfordert ein umfassendes Führungs- und Organisationsverständnis, welches in diesem Modul vermittelt wird. Gerade für moderne und netzwerkartige Strukturen braucht es eine nachhaltige Führungs- und Vertrauenskultur.

Zentrale Lerninhalte

- Übersicht Motivations- und Führungstheorien
- Bedeutung von Führungs- und Vertrauenskultur
- Möglichkeiten und Grenzen von Führungstheorien erkennen
- Motivation und Anreizsysteme verbessern
- Herausforderungen für Frauen in Führungspositionen

Moderation:
Dr. Anna Heimann
(Universität Zürich)

Digitalisierung und neue Technologien

17. bis 19. Oktober 2024

Die Digitalisierung ist für viele Unternehmen gleichzeitig eine Chance und Herausforderung. Der Einsatz neuer Technologien stellt einen Teil der erfolgreichen Digitalisierung dar, andererseits müssen neue Geschäftsmodelle, Strategien und Prozesse definiert werden, sodass die Digitalisierung für eine positive Weiterentwicklung des Unternehmens genutzt werden kann.

Zentrale Lerninhalte

- Ein grundlegendes Verständnis der Digitalisierung und deren Bedeutung für das strategische Management
- Neue Strategien: Chancen und Gefahren herausarbeiten
- Übersicht aktueller Technologien (Bsp. Blockchain, künstliche Intelligenz, Plattformökonomie, ...)

Moderation:
Prof. Dr. Christian Matt
(Universität Bern)

Controlling und Performance Management

14. bis 16. November 2024

Dem Controlling kommt im Rahmen der marktorientierten BWL eine wichtige Bedeutung zu. Das Controlling ist eng mit der Steuerung der Unternehmensaktivitäten verbunden und stellt ein zentrales Instrument in der strategischen Unternehmensführung dar. Die Teilnehmenden lernen Kennzahlen zu berechnen sowie zu interpretieren und darauf basierend Entscheidungen zu treffen.

Zentrale Lerninhalte

- Funktionen des Controllings
- Strategisches und operatives Controlling
- Umfassendes Verständnis der Instrumente Kosten- und Erfolgsrechnung
- Kenntnisse zur Investitionsrechnung sowie deren Bedeutung für die wertorientierte Unternehmensführung

Moderation:
Prof. Dr. Markus C. Arnold
(Universität Bern)

Modul 7 und 8

Wichtige Infos

Changemanagement und Innovation

12. bis 14. Dezember 2024

Organisationen sind ständiger Veränderung ausgesetzt. Um in einer komplexen Welt mit solch schnelllebigen Veränderungen optimal umgehen zu können, ist vor allem die Fähigkeit zur stetigen Weiterentwicklung gefragt. Durch bewusstes Changemanagement und der Einbindung von Mitarbeitenden steigen zudem die Erfolgsaussichten von Innovationen.

Zentrale Lerninhalte

- Strategien und Methoden im Change- und Innovationsmanagement
- Kenntnisse von Herausforderungen und konkrete Lösungsansätze für erfolgreichen Wandel
- Bedeutung von Leadership im Changemanagement
- Wandel und Unternehmenskultur: Rückwirkungen erkennen

Moderation:
Dr. Caroline Kähr Serra
(Universität Bern)

Marktorientiertes Management: Planspiel

08. bis 11. Januar 2025

Die Marketing- und Vertriebsführung ist ein zielgerichtetes Zusammenspiel verschiedener Instrumente und Entscheidungen. Wir zeigen Ursachen und Wirkungen eines nachhaltigen Managements auf. Aus dem Planspiel resultieren Einsichten in die Dynamik von geschäftsfördernden Entscheidungen in allen Unternehmensbereichen und wie aus Fehlentscheidungen gelernt werden kann.

Zentrale Lerninhalte

- Strategische Unternehmensentscheidungen
- Wirkungen von strategischen Entscheidungen auf Cash-Flow, Gewinn und Verlust
- Erfolgsrechnungen und Geschäftsberichte lesen, verstehen und interpretieren
- Ergebnisse des Planspiels einem Realitätscheck unterziehen

Moderation:
Daniel Gfeller, lic.rer.pol.
(GFD Consulting)

Zielpublikum: Personen, die in den Bereichen Geschäftsführung, Marketing, Verkauf, Beratung und Verwaltung tätig sind. Bereiten Sie sich jetzt auf die anstehenden Aufgaben vor und erlernen die entsprechenden Kompetenzen.

Organisatorisches:

- 8 Module à 3 Tage (Donnerstag 08:30 Uhr bis Samstag 15:00 Uhr)
- Start: 23. Mai 2024; Letztes Modul: 08. Januar 2025
- Unterrichtsort: mehrheitlich in der Engehaldenstrasse 8
- Kosten: CHF 11'800.- (inkl. Unterricht, Unterlagen, Prüfung und Zertifikat)

Zulassung:

- In der Regel werden ein Hochschulabschluss (Fachhochschule, Universität oder ETH) sowie Berufserfahrung von mindestens 3 Jahren vorausgesetzt.
- Personen ohne Hochschulabschluss können von der Programmleitung «sur dossier» zugelassen werden, gegebenenfalls mit Auflagen.
- Interessierte an einzelnen Modulen können zugelassen werden, sofern freie Plätze vorhanden sind.

Anmeldung: mit dem Anmeldeformular unter www.imu-weiterbildung.ch

Studienleitung CAS marktorientierte BWL:



Dr. Caroline Kähr Serra
Universität Bern

Weitere Informationen: Monatliche Infoveranstaltungen im Hauptgebäude der Universität Bern. Anmeldung: www.imu-weiterbildung.ch

Gerne beantwortet die Studienleitung offene Fragen oder stellt sich für ein persönliches Beratungsgespräch zur Verfügung:
Dr. Caroline Kähr Serra | Leitung Weiterbildung IMU Marketing EMBA |
info@imu-weiterbildung.ch | 031 684 45 76

EMBA Marketing Management

- CAS Marketingmanagement und Verkauf
- CAS Onlinemarketing und Social Media
- CAS Markenmanagement und Kommunikation
- CAS Marktorientierte Betriebswirtschaftslehre
- CAS Digitale Transformation
- CAS Tourismus und Digitalisierung

Jeder dieser CAS-Lehrgänge wird mit **18 ECTS-Punkten** bewertet. Für den Mastertitel «**Executive MBA in Marketing Management der Universität Bern**» sind mindestens 60 ECTS-Punkte notwendig. Davon müssen 9 ECTS-Punkte zwingend in Form einer schriftlichen **Masterarbeit** erworben werden.

Der **CAS-Lehrgang «marktorientierte BWL»** der Universität Bern stellt eine in sich abgeschlossene Weiterbildung dar. Das offizielle Zertifikat wird vergeben, wenn die Zwischen- und Schlussprüfung bestanden sowie die modulübergreifende CAS-Arbeit – begleitet durch Experten – erfolgreich abgeschlossen wurden.

Weiterbildungspartner

The logo for Valiant, featuring the word "valiant" in a bold, blue, lowercase sans-serif font.A red rectangular stamp with the text "MADE IN BERN" in white, uppercase, sans-serif font.

Universität Bern
Institut für Marketing und Unternehmensführung
Engehaldenstrasse 4
3012 Bern

Telefon +41 31 684 45 41
info@imu-weiterbildung.ch

www.imu-weiterbildung.ch