

CAS in Marktorientierter BWL

Überblick

Certificate of Advanced Studies verleiht durch die Universität Bern

18 ECTS

Dauer: 8 Monate (Mai 2025 bis Januar 2026)

Sprache: Deutsch

Kosten: 11'800 CHF

Kontakt

Engehaldenstrasse 4, 3012 Bern

info@imu-weiterbildung.ch

031 684 45 41

www.unibe.mba

LinkedIn: [@Universität Bern Weiterbildung in Marketing & Management](#)

Instagram: [@imu.m_unibe](#)

Der CAS-Lehrgang in Marktorientierter Betriebswirtschaftslehre bietet fundierte Einblicke in die strategische Unternehmensführung aus einer markt- und kundenorientierten Perspektive. Teilnehmende erlernen wichtige Aspekte der Planung, Strategieumsetzung und des Controllings. Der Kurs deckt Themen vom strategischen Management über finanziellen Grundlagen bis hin zur Digitalisierung und Innovation ab. Eine abschliessende Unternehmenssimulation ermöglicht die praktische Anwendung des Gelernten. Hochqualifizierte Dozenten aus Theorie und Praxis runden das Bildungsangebot ab, ideal für Führungskräfte, die ihr Unternehmen effektiv steuern möchten.

Studienleitung



Dr. Caroline Kähr Serra ist Programmleiterin des EMBA in Marketing Management der Abteilung Marketing am Institut für Marketing und Unternehmensführung der Universität Bern. Zudem ist sie Affiliate Member der McGill University in Kanada. Neben der Tätigkeit als Programmleiterin ist sie als Dozentin an verschiedenen Universitäten sowie als Forscherin im Bereich der Unternehmensentwicklung tätig.

Modulübersicht

Modul 1: Strategisches Management und Geschäftsmodelle

22. - 24. Mai 2025

Teilnehmende erlernen die Grundlagen des strategischen Managements und entwickeln marktorientierte Geschäftsmodelle im Kontext der eigenen Unternehmen.

Modul 2: Business Development und Projektmanagement

19. - 21. Juni 2025

In diesem Modul geht es um die Entwicklung und Umsetzung von Unternehmensideen von der Gründung bis zur Exit-Strategie. Teilnehmende diskutieren zudem über Projektmanagement und wie es dazu beitragen kann, Initiativen innerhalb etablierter Unternehmen erfolgreich umzusetzen.

Modul 3: Finanzgrundlagen und Jahresabschluss

14. - 16. August 2025

Dieses Modul bietet Einblicke in die Rechnungslegung und die Analyse von Finanzkennzahlen. Die Teilnehmenden lernen, wie man effektive Controlling-Systeme implementiert und Finanzdaten zur Unterstützung strategischer Entscheidungen nutzt.

Modul 4: Changemanagement und Innovation

11. - 13. September 2025

Dieses Modul konzentriert sich auf die Anpassungsfähigkeit von Unternehmen in Bezug auf Veränderungen. Teilnehmende erlernen Methoden des Changemanagements und der Innovation, unterstützt durch Fallstudien, die zeigen, wie Veränderungen erfolgreich entwickelt und implementiert werden können.

Modul 5: Digitalisierung und neue Technologien

23. - 25. Oktober 2025

Die Herausforderungen der digitalen Transformation stehen im Mittelpunkt dieses Moduls. Teilnehmende untersuchen die Digitalisierung von Kundenprozessen und lernen, wie künstliche Intelligenz zur Optimierung der Customer Journey und Value Chain beitragen kann.

Modul 6: Controlling und Performance Measurement

20. - 22. November 2025

Teilnehmende lernen, wie Controlling zur strategischen und operativen Steuerung von Unternehmen eingesetzt wird. Sie beschäftigen sich mit Kennzahlen, Deckungsbeitragsrechnungen und Investitionsrechnungen, um damit fundierte geschäftliche Entscheidungen zu treffen.

Modul 7: Leadership

11. - 13. Dezember 2025

Führungskompetenzen stehen im Zentrum dieses Moduls. Die Teilnehmenden befassen sich mit verschiedenen Führungsansätzen, der Wirkung von Führung auf die Mitarbeitendenmotivation und den Einsatz von Führungsinstrumenten in unterschiedlichen Situationen.

Modul 8: Planspiel

07. - 10. Januar 2026

Das Planspiel bildet den Abschluss des Lehrgangs und verbindet alle erlernten Inhalte. Die Teilnehmenden setzen strategische Entscheidungen um und analysieren deren Auswirkungen auf das Unternehmen. Dies erlaubt ihnen, tiefere Einblicke in die Unternehmensdynamik zu erhalten.