

Strategic Thinking and Action: Combining Strategy, Entrepreneurship and Leadership

# Master of Science in Business Administration



## HWZ

Die Hochschule für Wirtschaft  
in Zürich

# Managen Sie Ihre Perspektiven Mit Strategie zum nachhaltigen Erfolg

Dieses Studium vermittelt auf einzigartige Weise die relevanten Strategien für Unternehmen der Zukunft.

In unserem international anerkannten Master of Science perfektionieren Sie Ihr strategisches Denken und Handeln. Steigern Sie Ihre Karrierechancen, indem Sie Ihren Meinungsbildungsprozess durch relevantes Wissen gezielt und fundiert entwickeln.

## Herzlich willkommen

in der faszinierenden und herausfordernden Welt der Fachgebiete Strategie, Entrepreneurship und Leadership. Faszinierend, weil keine anderen betriebswirtschaftlichen Themen so eng mit der Vorstellung verbunden sind, Verantwortung in und für ein Unternehmen übernehmen zu wollen. Herausfordernd, weil die globalisierte Wirtschaft in ihrer Komplexität kaum mehr zu fassen ist und wir neben dieser Vielschichtigkeit auch ein technologisches Erdbeben erleben. Dieses transformiert grosse Teile unserer Wirtschaft und Gesellschaft. Seine Auswirkungen sind nur schwer vorherzusehen.

Welches sind in dieser komplexen Welt die Kernkompetenzen, die in einer Managementfunktion gefragt sein werden? Welche Modelle, Instrumente und Fähigkeiten zeichnen ein modernes, zukunftsweisendes Verständnis von einem Unternehmen aus? Wie kann etwas Ganzheitliches entstehen, wenn wir immer dynamischer und digitaler werden?

Unser Studium setzt bei diesen Kernfragen an. Es stellt die beschriebene Dynamik und Komplexität in den Mittelpunkt und vermittelt Ihnen die wissenschaftlichen Instrumente und Herangehensweisen, um solche Herausforderungen zu erfassen und innovative Lösungen zu entwickeln. Zudem setzen wir uns mit Frameworks auseinander, die dazu da sind, relevante Trends und mögliche Ereignisse zu identifizieren und zu beurteilen. Sie erhalten Tools, die Sie in Ihrem eigenen beruflichen Kontext anwenden können. Gleichzeitig bietet Ihnen dieses Studium die Gelegenheit, Daten hoch systematisch zu analysieren und gezielt einzusetzen, um sie auf ihre Aussagekraft und Wirkung hin zu prüfen.

Dieses Master-Studium mit Vertiefung in Strategy, Entrepreneurship und Leadership ist gezielt auf Ihre bis zu 80-prozentige Berufstätigkeit ausgerichtet und damit in seiner Gesamtkonstellation einzigartig. Wenn Sie die Zukunft als Führungskraft aktiv und innovativ mitgestalten wollen, sind Sie in unserem Studiengang richtig.

Wir freuen uns auf Sie!



**Prof. Dr. Sybille Sachs**  
Leiterin Institut für  
Strategisches Management



**Urs Jäckli**  
Studiengangleiter

# Inhaltsverzeichnis

## Das erwartet Sie

Editorial	Managen Sie Ihre Perspektiven	3
Facts & Figures	Die Eckpunkte auf einen Blick	5
Studienmodell	Strategic Thinking and Action	9
Studieninhalte	Strategy and Stakeholder	10
	Leadership	12
	Entrepreneurship	14
	Behavioral-based Approaches	17
	Research-based Approaches	18
Highlight im 2. Semester	Blockwoche in Darden/USA	22
7 Gründe	Die Stärken des MSc Business Administration im Überblick	24

# Facts & Figures

## Die Eckpunkte auf einen Blick



### Abschluss

«Master of Science ZFH in Business Administration; Major in Strategy, Entrepreneurship & Leadership»

### Anerkennung

90 ECTS-Kreditpunkte

### Pensum

Das berufsbegleitende Studium ist auf ein Arbeitspensum von 70 bis max. 80 % (mind. 50 % erforderlich) ausgerichtet.

### Anzahl Teilnehmende

Begrenzt auf 20 Studierende pro Jahr

### Beginn

Mitte September, KW 38

### Dauer

4 Semester

### Unterrichtstage

Monatlich rund 5 Blocktage (8.15 bis 17.30 Uhr). Alle zwei Wochen meist alternierend Donnerstag bis Samstag oder Freitag/Samstag. Je eine Blockwoche im 1. bis 3. Semester. Das Studium umfasst rund 110 Tage Präsenzunterricht.

### Unterrichtssprachen

In der Regel Deutsch. Einzelne Kurse werden auf Englisch abgehalten.

### Studienort

Mit Ausnahme der Blockwoche in den USA findet das Studium im «Sihlhof» im Herzen von Zürich, direkt beim Hauptbahnhof statt.

### Studiengebühren

Die aktuellen Studiengebühren finden Sie auf der Website.

### Zielgruppe

Die Studiengruppe setzt sich aus aktuellen und angehenden Führungskräften aus unterschiedlichen Branchen zusammen. Neben einem Erstabschluss an einer anerkannten Hochschule bringen die Studierenden einen spannenden beruflichen Erfahrungsausweis mit, welcher die Dynamik im Unterricht entscheidend mitprägt.

### Zulassung

Die Zulassung zum Studium setzt folgende Bedingungen voraus:

- einen guten bis sehr guten Bachelor-Abschluss in Betriebsökonomie
- 5 Jahre Berufserfahrung, davon mindestens 2 Jahre studienrelevant, mit Projekt-, Budget- und/oder Führungserfahrung
- gute Englischkompetenzen

Eine Zulassung mit einem anerkannten Studienabschluss einer anderen Fachrichtung erfordert mindestens 70 ECTS in rein betriebswirtschaftlichen und volkswirtschaftlichen Modulen; davon je 6 ECTS in den beiden Bereichen

- Strategisches Management/Führung
- Forschungsmethodik/wissenschaftliches Arbeiten

### Weitere Informationen und Check-in

Für die Anmeldung benutzen Sie bitte das Formular auf unserer Website:

[www.fh-hwz.ch/msc](http://www.fh-hwz.ch/msc)



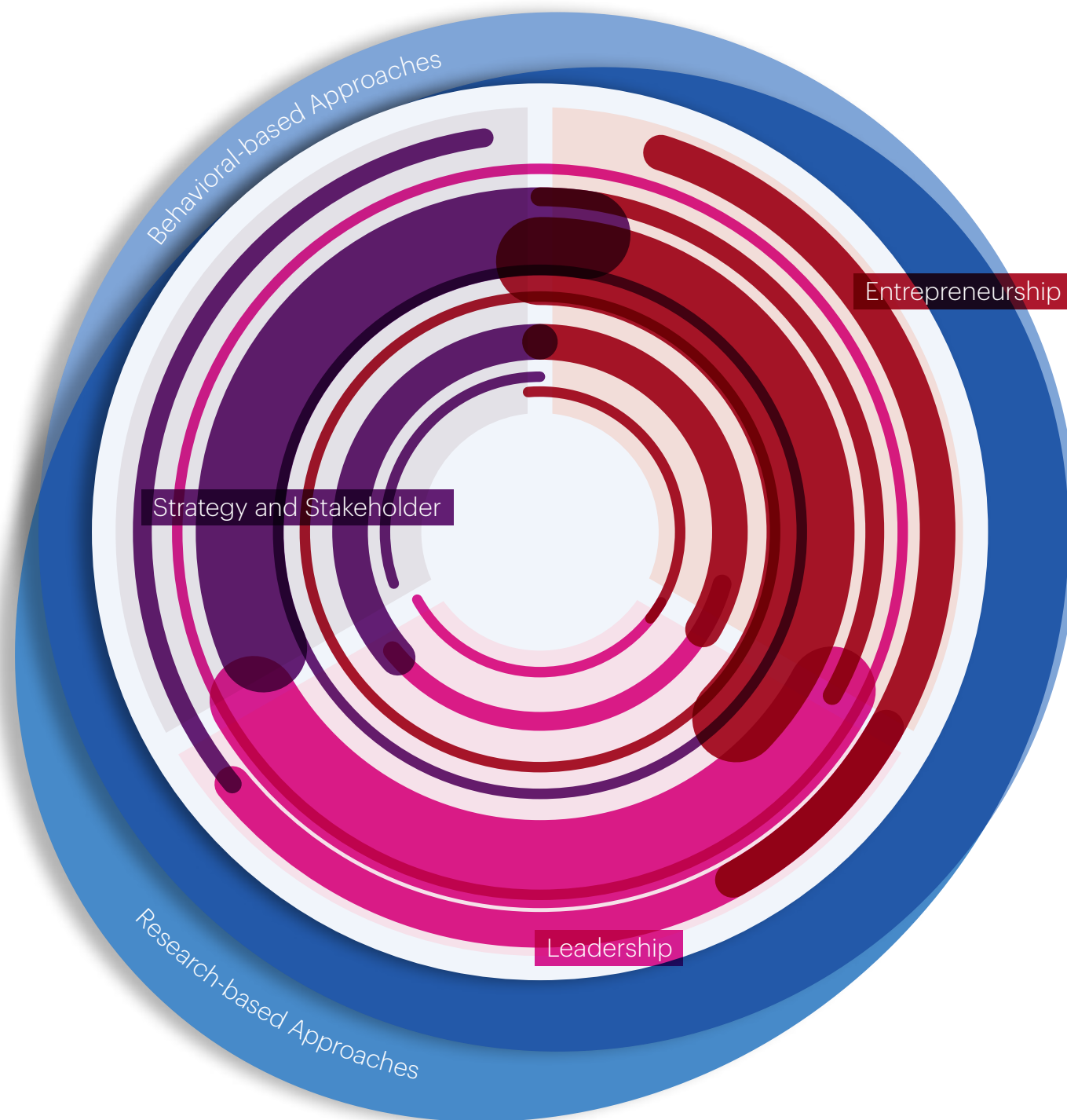


«An der HWZ konnte ich mein fachliches Wissen mit wissenschaftlichen Methoden anreichern, es durch die berufsbegleitende Ausrichtung optimal in die Arbeitswelt transferieren und mich dadurch beruflich weiterentwickeln.»

**David De Prado**

Head of Integration, Helsana Versicherungen AG  
Absolvent MSc Business Administration

Durch die systematische Verknüpfung von wissenschaftlichen Methoden und praxisbezogenen Ansätzen erarbeiten wir aus Problemen konkrete Lösungsansätze und entwickeln Ihre Führungskompetenzen gezielt weiter.



# Studienmodell

## Strategic Thinking and Action

In diesem Studium

- vertiefen Sie die zentralen Kompetenzen rund ums strategische Denken und Handeln.
- lernen Sie Wege kennen, die ein verantwortungsvolles, unternehmerisches Handeln in heutigen Gegebenheiten ermöglichen.
- finden Sie Antworten auf die Frage, wie es als Führungskraft gelingt, die bevorstehenden Veränderungen aktiv zu gestalten.

Unternehmen stehen im Zeitalter der Digitalisierung vor neuartigen und komplexen Problemstellungen und Herausforderungen, die sie mit herkömmlichen Best-Practice-Lösungen häufig nicht mehr zufriedenstellend lösen können.

Um in Zeiten fundamentalen Wandels und Unsicherheit ein Unternehmen erfolgreich in die Zukunft zu führen, wird es für die Entscheidungsträger deshalb immer wichtiger, herkömmliche Herangehensweisen kritisch zu hinterfragen und neue Vorgehensweisen zu evaluieren.

### Strategy, Entrepreneurship and Leadership

Im Kontext der Unsicherheit und des Wandels ist es für Unternehmen von zentraler Bedeutung, dass sie ihre strategische Ausrichtung bewusst reflektieren: Welche Unternehmensstrategie führt mein Unternehmen nachhaltig zum Erfolg? Wie müssen wir uns weiterentwickeln, um die Agilität und Innovationskraft des Unternehmens oder im Team zu gewährleisten?

Um Antworten auf diese Fragen zu finden, setzen wir uns damit auseinander, wie die Zusammenarbeit mit wichtigen Stakeholdern wie Mitarbeitenden, Kunden oder Investoren ausgestaltet werden kann oder wie ein Geschäftsmodell in einer immer dynamischeren und digitalen Welt aussehen kann. Um Antworten auf Fragen zu finden, wie ein Unternehmen agil und innovativ bleibt, setzen wir uns mit Konzepten und Instrumenten des Innovationsmanagements auseinander, und auch mit der Frage, was einen Entre- und einen Intrapreneur ausmacht. Erkenntnisse aus der Entrepreneurship-Forschung liefern Antworten auf die Frage, wie wir in unseren Unternehmen mit der Ungewissheit umgehen und dennoch entscheidungs- und handlungsfähig bleiben.

Da es schwieriger ist, Entscheidungen zu fällen, wenn die Vorhersehbarkeit und die Berechenbarkeit von Ereignissen rapide abnimmt, sind Führungskräfte in diesen Zeiten mehr denn je gefordert. Wie kann eine verantwortungsvolle Führungskraft zu einer nachhaltigen Unternehmensführung beitragen? Wie kann Sie erfolgreich mit den Anspruchsgruppen interagieren? Dies sind Fragen, mit denen wir uns in den einzelnen Leadership-Modulen auseinandersetzen.

Sie entwickeln Ihr persönliches Verständnis von erfolgreicher Führung weiter und erlangen die notwendigen nachhaltigen Skills, um die neuen Wege erfolgreich zu beschreiten.

### Behavioral-based approaches

«Analysen, wie wir Menschen denken und handeln, wenn wir ökonomische Beschlüsse fassen, werden realistischer mit einer Verhaltensperspektive», begründete das Nobelpreiskomitee 2017 die Vergabe des Nobelpreises an die Verhaltensökonomie. Diese neuen Erkenntnisse aus der Psychologie, die erklären, wie sich der Mensch bei wirtschaftlichen Fragestellungen verhält, nehmen wir auf und transferieren die Erkenntnisse in die berufliche Erfahrungswelt der Studierenden.

### Research-based approaches

Aufbauend auf Ihrem wissenschaftlichen Hintergrund aus dem Bachelor-Studium entwickeln Sie in Research-based approaches über vier Semester Ihre Methodenkompetenz systematisch weiter. Sie lernen eine breite Auswahl an Instrumenten kennen, um Informationen und Daten zu verstehen und auszuwerten. Sie werden auch befähigt, selbstständig geeignete methodische Designs zu entwickeln und somit Lösungsansätze für Ihre eigenen Fragestellungen zu finden.

# Modulübersicht

## Strategy and Stakeholder



### Strategic Analysis and Business Models **4 ECTS**

In einem an Komplexität und Dynamik kaum noch zu fassenden wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Umfeld sind zukunftsweisende Strategien für Unternehmen gefragt. Damit innovative Opportunities geschaffen werden, braucht es Analyse-Tools, die den strategischen Herausforderungen und Kooperationsmöglichkeiten mit verschiedenen Stakeholdern Rechnung tragen. Die nachhaltige und erfolgreiche Führung bedingt ein Führungsverständnis, in dem die Vision eine neue Position einnimmt: Sie bildet das Fundament für eine gemeinsame Führungskultur, welche die Bedeutung der nachhaltigen Wertschöpfung für zukünftige Kunden festlegt. Im Rahmen der neuen Businessmodelle reflektieren Sie diese Strategien und entwickeln sie weiter. Sie führen ein Strategy Diary, in dem Sie die Themen auf Ihren Arbeitgeber übertragen.

Sie erhalten Antworten u. a. auf diese Fragen:

- ☑ Wie können Führungskräfte in Zusammenarbeit mit Stakeholdern wie Mitarbeitenden, Kunden und Investoren nachhaltig und erfolgreich Innovationen erbringen?
- ☑ Wie dringen wir in der heutigen Daten- und Informationsflut zu den wesentlichen und verantwortungsvollen strategischen Antworten durch?
- ☑ Welche Businessmodelle und Wertversprechen sind zukunftsweisend, wenn wir immer dynamischer und digitaler werden?

#### Themen

Strategische Umweltanalyse

Unternehmenszweck

Strategien der strategischen Geschäftseinheiten

Gesamtunternehmensstrategien und Businessmodelle

#### Dozentin

Prof. Dr. Sybille Sachs, Leiterin Institute for Strategic Management: Stakeholder View

### Strategy Development and Implementation **6 ECTS**

Verschiedene unternehmerische Skandale, Krisen und Herausforderungen haben die Grenzen einer ausschliesslich ökonomischen Grundlage für die Strategieentwicklung aufgezeigt. In diesem Modul werden die Beiträge der Theorie der Unternehmen erarbeitet und im Hinblick auf eine nachhaltige Wertschöpfung des Unternehmens kritisch hinterfragt. Um auch in einem agilen Umfeld erfolgreiche Strategien zu entwickeln, braucht es dynamische Fähigkeiten, die in Zusammenarbeit mit Stakeholdern erkannt und ausgebaut werden. Die dynamischen Fähigkeiten ermöglichen Unternehmen experimentelle und auch systematische Strategieentwicklungen. Sie erarbeiten die neuesten Erkenntnisse der Strategieentwicklung in der Forschung und wenden diese in Ihrem unternehmerischen Erfahrungsbereich an. Die neuen Technologien bieten immer mehr Möglichkeiten, Daten intelligent zu verarbeiten und für unternehmerische Entscheidungen zu nutzen. Für die Strategieumsetzung wird anhand von praktischen Fällen der Einsatz von Business Intelligence aufgezeigt.

Sie erhalten Antworten u. a. auf diese Fragen:

- ☑ Welche Bedeutung hat das ökonomische Denken für die heutige Strategieentwicklung und welche Weiterentwicklungen sind in Bezug auf Nachhaltigkeit und Agilität notwendig?
- ☑ Welche Strategien erbringen in Zukunft einen Mehrwert für das Unternehmen und die Stakeholder?
- ☑ Wie können Strategien erfolgreich umgesetzt werden?

#### Themen

Theory of the Firm

Strategy Development: Bedeutung der dynamischen Fähigkeiten, neue Entwicklungen

Implementation der Strategien: Best Practices, Widerstände und Einsatz von Business Intelligence

#### Dozierende

Prof. Dr. Sybille Sachs, Leiterin Institute for Strategic Management: Stakeholder View

Prof. Dr. Georges Ulrich, Direktor Bundesamt für Statistik (BFS)

### Innovation & Change Management **3 ECTS**

Innovationsmanagement ist der geführte Umgang mit Innovationen im Unternehmen – seien es neue Dienstleistungen, Produkte oder Änderungen an Verfahren zur Leistungserbringung. Innovativ zu sein, ist ein Management-Trend, den sich fast alle Unternehmen auf die Fahne schreiben. Neben organischem Wachstum und Wachstum durch Akquisitionen und Zusammenschlüsse ist der geführte Umgang mit dem Hervorbringen und Vermarkten von innovativen Dienstleistungen und Produkten strategisch gesehen ein Erfolg versprechender Mittelweg für ein nachhaltig erfolgreiches Wachstum. Hinter dem Management-Schlagwort verstecken sich vielfältige Themen. Diese Vielfalt mit Schnittstellen zu Marketing, Entrepreneurship und strategischer Unternehmensführung vermitteln wir Ihnen im Modul in ihrer ganzen Breite. Wir diskutieren die bekanntesten Konzepte und Methoden des Innovationsmanagements und überprüfen sie anhand konkreter Fragestellungen auf ihre Tauglichkeit für Ihre eigene Tätigkeit.

Sie erhalten Antworten u. a. auf diese Fragen:

- ☑ Welche Themenfelder sollte eine Innovationsstrategie beinhalten und wie lässt sich Innovationserfolg messen?
- ☑ Welche Konzepte und Instrumente stellt das Innovationsmanagement zur erfolgreichen Bewältigung des geführten Umgangs mit neuen Dienstleistungen und Produkten im Unternehmen zur Verfügung?
- ☑ Welches sind die thematischen Schnittstellen zu den angrenzenden betriebswirtschaftlichen Teildisziplinen Entrepreneurship, strategische Unternehmensführung und Marketing?

#### Themen

Innovationswertschöpfungskette

Innovationsstrategie und Erfolgsfaktoren der Innovation

Innovationsprozesse und disruptive Innovationen

Widerstände gegen Innovation und die Umsetzungslücke bei innovativen Vorhaben

#### Dozent

Dr. Iwan von Wartburg, Inhaber Perrinova

### Business and Society: Unternehmensethik, CSR and Social Impact **9 ECTS**

Eine verantwortungsvolle und nachhaltige Unternehmensführung schafft Win-Win-Situationen für Gesellschaft und Unternehmen. In der Praxis und Forschung werden die drei Dimensionen des unternehmerischen Handelns – ökonomisch, ökologisch und sozial – unter dem Begriff der Corporate Social Responsibility (CSR) diskutiert. Der Studiengang eröffnet Ihnen unterschiedliche Perspektiven auf diese Fragen. Das Modul Unternehmensethik spricht Sie als Führungskraft an. Im Modul CSR lernen Sie, was CSR für Schweizer Unternehmen bedeutet und wie CSR in Strategie, Kultur und Struktur integriert werden kann. Das Modul Social Impact nähert sich dem Themenkomplex aus der Perspektive des Entrepreneurs und Investors und erprobt mit Ihnen Möglichkeiten, die das soziale Unternehmertum und das Impact Investing zur Lösung gesellschaftlicher Probleme bieten.

Sie erhalten Antworten u. a. auf diese Fragen:

- ☑ Wie verläuft ein ethischer Entscheidungsprozess und auf welche Probleme ist dabei zu achten?
- ☑ Wie sieht die gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen aus?
- ☑ Welche Möglichkeiten und Grenzen ergeben sich bei der Implementation von CSR?
- ☑ Wie kann die Wirkung eines Unternehmens erfasst, gemessen und durch Innovationen vertieft werden?

#### Themen

Entwicklung von CSR-Strategien und Praxisimplementierung

Instrumente zur Implementierung einer Unternehmensethik

Soziale bzw. umweltbezogene Wirkungsmessung (Impact Measurement and Management)

#### Dozenten

Dr. Marc Moser, Impact, Talent & Operational Manager, LGT Impact

Christian Stutz, PhD Candidate, HWZ

Prof. Dr. Jean-Pierre Thommen, European Business School (EBS), Uni Zürich





## Team-Management 2 ECTS

In Teams kommen Menschen mit unterschiedlichen Fachkompetenzen, Erfahrungen, Erwartungen und Haltungen zusammen. Die Führungskraft ist gefordert, dieses Potenzial zu nutzen und weiterzuentwickeln. Dies gilt insbesondere in Zeiten raschen Wandels. Umstrukturierungen, strategische Neupositionierungen etc. stellen Teams immer wieder vor die Herausforderung, ihre Leistungsfähigkeit zu überprüfen und zu optimieren. In diesem Seminar lernen Sie, wie Sie Entwicklungsprozesse in Gruppen zielorientiert begleiten können. Sie erarbeiten persönliche Handlungsalternativen, um Teams zukünftig noch erfolgreicher führen und leiten zu können. Des Weiteren haben Sie die Möglichkeit, Ihre Praxisfälle einzubringen und in Form von kollektiver Supervision Ideen und Anregungen zu erhalten.

Sie erhalten Antworten u. a. auf diese Fragen:

- ✔ Wie können Führungskräfte eine erfolgreiche Führungsbeziehung zu ihren Mitarbeitenden aufbauen?
- ✔ Was können Führungskräfte tun, um eine möglichst optimale, zielorientierte Kooperationskultur im Team zu entwickeln?
- ✔ Wie können Störungen und Konflikte im Team nachhaltig und im Sinne des Auftrags geklärt werden?

### Themen

Erfolgskriterien eines Top-Teams

Rollenanforderungen an Führungspersonen – situationsgerecht führen

Phasen der Teamentwicklung – der Weg zum Spitzenteam

Vertrauensaufbau zwischen Führungskraft und Teammitgliedern

Konflikte lösungsorientiert klären

### Dozent

Arno Ehret, Teamwork, selbstständiger Berater

## Leading with Impact 3 ECTS

«Leading with Impact» ist ein Leadership- und Change-Management-Programm, welches Sie darauf vorbereitet, zukünftige Herausforderungen als Führungskraft in der VUCA-Welt zu meistern. Die Weiterentwicklung Ihrer Skills und Kompetenzen erfolgt in diesem Modul ausschliesslich auf erfahrungsbasierten Methoden und Vorgehensweisen. Indem Sie Methoden und Frameworks im Unterricht live testen und direkt reflektieren, lernen Sie konsequent übers Erleben. Sie erhalten unterschiedliche Aufgaben, die Sie alleine oder im Team lösen. Sie schlüpfen aktiv in verschiedene Rollen und nehmen verschiedene Blickwinkel ein. Das kann beispielsweise eine moderierende oder beobachtende Rolle sein. Durch das konsequente Erfahren und Reflektieren des Erlebten formen und entwickeln Sie Ihre Leadership-Kompetenzen sukzessive weiter.

Durch dieses Programm begleitet Sie Euforia, ein junges Genfer Social Start-up, das für sein Programm bereits von bedeutenden Organisationen wie der Ashoka, der UNESCO oder dem World Economic Forum ausgezeichnet wurde.

Sie erhalten Antworten u. a. auf diese Fragen:

- ✔ Vor welchen Herausforderungen stehen verantwortungsvolle Führungskräfte heute?
- ✔ Wie entwickle ich über erfahrungsbasiertes Lernen meine Führungskompetenzen?

### Themen

Führungsstrategien

21st Century Leadership Model

Life Purpose Model

### Dozentin

Yoko Malbos, Co-Founder Euforia (mit Team)

## Responsible Leadership 3 ECTS

Ein globalisiertes Unternehmensumfeld stellt Entscheidungsträger in Unternehmen vor eine Reihe von neuen Herausforderungen. Eine verantwortungsvolle und nachhaltige Führung wird dabei zu einem zentralen Anspruch an Manager. Ausgelöst durch gesellschaftliche und technologische Entwicklungen, verstärkten Druck der Stakeholder zu nachhaltigem Wirtschaften und durch eine Reihe wiederkehrender Unternehmensskandale, besteht oft das Bedürfnis nach Anleitung. Diejenigen, die in einer globalen Wirtschaft agieren, beschäftigen sich mit Fragen wie «Was heisst Verantwortung?», «Warum Verantwortung?» oder «Wie kann ich verantwortlich handeln und dies auch an andere weitergeben?». Die Fähigkeit, mit diesen Herausforderungen, Belastungen und Fragen umzugehen, bietet eine Vielzahl an Möglichkeiten für Führungskräfte, um solide und nachhaltige Strategien zu entwickeln, langfristigen Wert zu generieren und einen positiven Unterschied zu machen. Im Rahmen dieses Moduls nähern wir uns diesen und weiteren Fragen im Bereich von Responsible Strategic Leadership an.

Sie erhalten Antworten u. a. auf diese Fragen:

- ✔ Was bedeutet Responsible Leadership für mich als Person und für mich als Führungskraft und wie kann ich mit den daraus entstehenden Erwartungen umgehen?
- ✔ Wie kann ich als verantwortungsvolle Führungskraft erfolgreich mit meinen Anspruchsgruppen interagieren?
- ✔ Wie können verantwortungsvolle Führungskräfte zu einer nachhaltigen Unternehmensführung beitragen?

### Themen

Responsible Leadership

Führungsstile

Führung in einer globalisierten Unternehmensumwelt

Stakeholder Engagement

### Dozent

Prof. Dr. Christian Vögtlin, Audencia Business School



## Entrepreneurship and Recognition Opportunities 4 ECTS

Entrepreneurship (Unternehmertum) ist für Volkswirtschaften und Firmen von immenser Bedeutung. Unternehmerische Persönlichkeiten entdecken neue Geschäftsideen und setzen sie um. Es werden neue Firmen gegründet und Arbeitsplätze geschaffen. Entrepreneurship kann aber auch in bestehenden Firmen stattfinden und gefördert werden. Im Zentrum der Analyse steht Ihre unternehmerische Persönlichkeit. Ihre Gründungsmotivation, Charakteristiken und weitere individuelle Eigenschaften sind dabei von besonderem Interesse. Neben interaktiven Vorlesungen beinhaltet der Kurs auch das Schreiben eines Papers zu einem selbst gewählten Thema. Um eine möglichst steile Lernkurve zu erreichen, unterstützen Coaching Sessions mit dem Dozenten den Schreibprozess. Damit wird neben der fachlichen Vertiefung auch eine Vorbereitung für die Master-Arbeit bezweckt. Sie lernen unter anderem, wie Sie Forschungsfragen und Methoden definieren und die (Master-) Arbeit strukturieren.

Sie erhalten Antworten u. a. auf diese Fragen:

- ✔ Wie entdecken unternehmerische Persönlichkeiten neue Geschäftsideen?
- ✔ Wie kann das unternehmerische Handeln von Mitarbeitenden in bestehenden Firmen gefördert werden?
- ✔ Wie finden die Studierenden die richtige(n) Forschungsfrage(n) für ihre Master-Arbeit und wie können sie diese Arbeit strukturieren?

### Themen

Unternehmerische Persönlichkeiten und die Entwicklung von Geschäftsideen

Unternehmertum in bestehenden Firmen

Corporate Venturing

### Dozent

Dr. Alexander Fust, Institut für KMU, HSG

## Strategic Entrepreneurship 4 ECTS

Das Modul begreift die Unsicherheit, Dynamik, Komplexität und Offenheit von unternehmerisch-strategischen Prozessen als Ausgangspunkt des unternehmerischen Strategieprozesses. Vor diesem Hintergrund stellt sich die Frage, wie die Handlungs- und Entscheidungsfähigkeit eines Unternehmens und seiner Entscheidungsträger unter Unsicherheit hergestellt werden kann. Die Antwort lautet: durch die Entwicklung und kollektive Durchsetzung von firmenspezifischen Referenzsystemen. Firmenspezifische Referenzsysteme umfassen die fundamentalen Überzeugungen der Entscheidungsträger über die Erfolgsvorstellungen und die Annahmen, wie sich die Erfolgsvorstellungen realisieren lassen. Wir nennen sie deshalb auch Erfolgsmodelle. Die Etablierung und Durchsetzung eines robusten Erfolgsmodells eines Unternehmens schafft das Referenzsystem für eine kohärente Strategie-, Ressourcen- und Wissensentwicklung. Das Modul vermittelt, wie dieses Referenzsystem in strategischen Veränderungsprozessen von Entscheidungsträgern in Unternehmen geprägt, mobilisiert und weiterentwickelt wird.

Sie erhalten Antworten u. a. auf diese Fragen:

- ✔ Wie gehen Unternehmen und Führungsteams mit Ungewissheit um und wie bleiben sie entscheidungs- und handlungsfähig?
- ✔ Wie prägen Entscheidungsträger strategische Veränderungsprozesse, d. h. wie nehmen sie Einfluss auf kontroverse, unternehmerische Entwicklungen?
- ✔ Wie kann das Konzept «Erfolg» als zentraler und kontroverser Bezugspunkt von Strategiepraxis neu gedacht werden?

### Themen

Strategische Veränderungsprozesse

Erfolgsmodelle als firmenspezifische Referenzsysteme

Erfolgsmodelle als Beschreibungsformen für kontroverse, unternehmerisch-strategische Veränderungsprozesse

Strategie als organisational eingebettete Management-Herausforderung, um zu einer gemeinsamen Perspektive zu gelangen

### Dozent

Prof. Dr. Daniel Bartl, Lab Managing Director, RISE Management Innovation

## Start-ups and Business Ventures 3 ECTS

«Von der Geschäftsidee zum Geschäftsmodell». Hackathon ist eine Wortschöpfung aus «Hack» und «Marathon». Der Hackathon ist ein Konzept, das aus der Softwareentwicklung-Szene stammt und seit Jahren auch von Google oder der Nasa angewendet wird. Ziel ist, innert einer kurzen vorgegebenen Zeit eine nützliche, kreative oder unterhaltsame Software zu produzieren. Inzwischen wird die Vorgehensweise des Hackathon auch dazu verwendet, Geschäftsideen zu entwickeln. Ein solcher Entwicklungsmarathon dauert 48 Stunden.

In diesem dreitägigen Modul führen wir einen solchen Hackathon durch und Sie lassen sich auf diesen spannenden Entwicklungsprozess ein. In einem Vorbereitungstag werden Sie mit der Methode vertraut gemacht. In den anderen beiden Tagen führen Sie den Hackathon durch, mit dem Ziel, in einem Team eine erste Geschäftsidee bis hin zu einem konkreten Businessplan zu entwickeln.

Mit Methoden wie Prototyping konkretisieren Sie erste Ideen. Durch anschließendes Präsentieren und Verteidigen der Ideen gegenüber unterschiedlichen Jurorenteams, entwickeln Sie diese kontinuierlich weiter und bringen sie in nur wenigen Stunden auf neue Ebenen. Es findet ein Austausch des gegenseitigen Lernens in einem inspirierenden Kontext und in einer einzigartigen Atmosphäre statt.

Sie erhalten Antworten u. a. auf diese Fragen:

- ✔ Wie können Hackathons im Kontext von Start-ups eingesetzt werden?
- ✔ Wie gelingt es, in kürzester Zeit aus einer Idee ein konkretes Geschäftsmodell zu entwickeln?

### Themen

Ko-kreatives und kooperatives Lernen

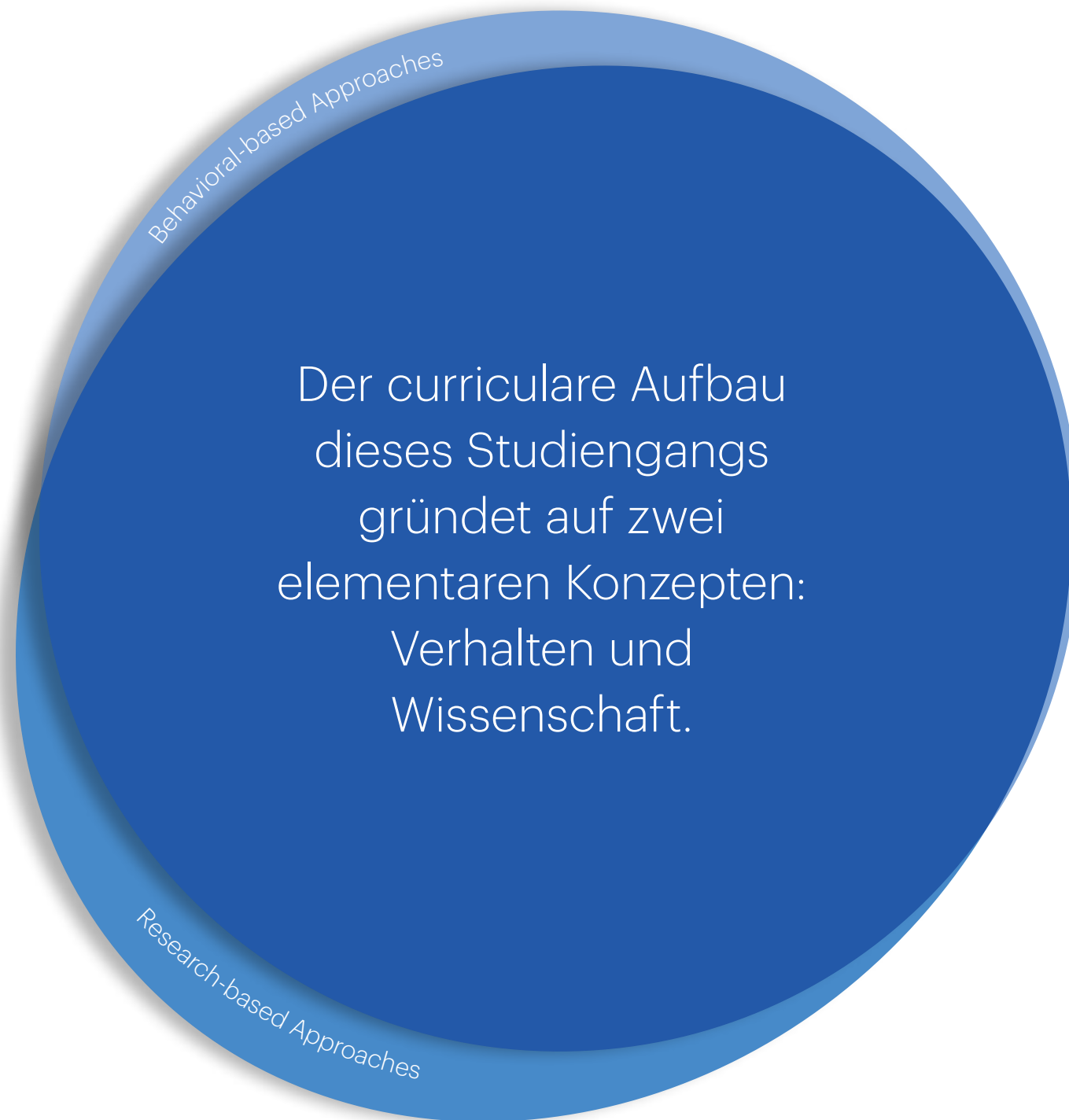
Prototyping

Pitching vor Juroren

### Dozentin

Prof. Dr. Sharon Alvarez, University of Pittsburgh





### Behavioral Economics **8 ECTS**

Die Idee des Menschen als rationaler Nutzenmaximierer wird in den Wirtschaftswissenschaften immer stärker kritisiert. Forschungserkenntnisse aus der Psychologie und der Medizin zeigen auf, dass Entscheidungen häufig nicht auf der Basis von Evidenz gefällt werden. Vielmehr ist unser Verhalten von Meinungen geprägt, die wir uns tagtäglich bilden. Gerade wenn es um verhaltensverändernde Leadership-Interventionen, die Zusammenarbeit, die Motivation oder die Leistungsfähigkeit von Teams geht, ist es zentral, die «Blindspots» des menschlichen Entscheidungsverhaltens antizipieren zu können.

Ziel der «Behavioral Economics»-Module ist es daher, ein Verständnis dafür zu entwickeln, wie Menschen ökonomische Entscheidungssituationen bewusst oder unbewusst wahrnehmen und welche Einflussfaktoren das Entscheidungsverhalten beeinflussen. Diese Erkenntnisse werden anhand von praktischen Übungen und Case Studies in Ihre berufliche Erfahrungswelt transferiert und mittels einfacher Experimente vertieft.

Sie erhalten Antworten u. a. auf diese Fragen:

- ✓ Wie verhält sich der Mensch in wirtschaftlichen Entscheidungssituationen?
- ✓ Wie wirken sich Stresssituationen aus medizinischer Sicht auf das Verhalten aus?
- ✓ Wie können diese Erkenntnisse für erfolgreiche Führungs- und Entscheidungsverhalten genutzt werden?

#### Themen

Die Systematik von menschlichem Entscheidungsverhalten

Nudging als Umsetzungskonzept in wirtschaftlichen Entscheidungssituationen

Transfer der Behavioral Economics in die eigene berufliche Praxis

#### Dozenten

Dr. Nicolas Berkovic

Dr. Thomas Schneider, Senior Consultant, Great Place to Work Switzerland

Dr. Marcus Veit, selbstständiger Berater

# Modulübersicht

## Research-based Approaches



### Quantitative Research 8 ECTS

«Menschen sind gute intuitive Grammatiker, aber sehr schlechte intuitive Statistiker», beschreibt das Magazin «Bilanz» die Kernaussage des Buch-Bestsellers «Thinking fast and slow» von Verhaltensökonom und Nobelpreisträger Daniel Kahnemann. Unsere Intuition ist ein schlechter Ratgeber, wenn es um unbekannte Terrains und weitreichende Entscheidungen geht. Dennoch zählt man in vielen Unternehmen allzu oft auf die altbewährten Freunde: das Bauchgefühl und die Best Practices. Entscheidungsfindung auf Basis von unternehmensinternen, systematisch generierten Daten findet hingegen weniger statt. Das Problem ist, dass für ein solches evidenzbasiertes Management spezifische methodische und analytische Skills nötig sind. Diese zu erlernen ist das Ziel dieses Moduls. Es stützt Sie mit dem nötigen methodischen Fachwissen aus, um Forschungsergebnisse einordnen und analysieren zu können sowie eigene Evidenz zu generieren. Es dient zudem als Grundlage, um eine wissenschaftlich hochwertige Master Thesis anzufertigen und im eigenen Unternehmen systematische Datenerhebungen und quantitative Datenanalysen durchzuführen.

Sie erhalten Antworten u. a. auf diese Fragen:

- ✓ Wie und mit welchen Methoden und Tools lässt sich ein gutes quantitatives Forschungsdesign bestimmen?
- ✓ Wie führt man wissenschaftlich fundierte Datenerhebungen durch?
- ✓ Wie analysiert und interpretiert man die generierten Daten und Auswertungen, um möglichst zuverlässige Rückschlüsse zu erhalten?

#### Themen

Grundlagen wissenschaftlichen Arbeitens

Ableiten und Formulieren von Hypothesen

Evaluation und Gestaltung von Fragebögen

Analyse und Interpretation von statistischen Daten

#### Dozierende

Dr. Meike Wiemann, HSG

Doktorandinnen und Doktoranden der HSG (Forschungsinstitut für Arbeit und Arbeitswelten)

### Qualitative Research 6 ECTS

Die Idee, wissenschaftlich wertvolle Erkenntnisse mittels Einzelfallanalysen zu gewinnen, wird Aristoteles (384–322 v. Chr.) zugeschrieben. In der Betriebswirtschaft ist die Betrachtung von einzelnen oder wenigen Fällen, etwa in Form von Best Practices, weit verbreitet. Nicht selten basieren diese jedoch auf eher anekdotischen oder methodisch weniger soliden Grundlagen. Die qualitativen Methoden ermöglichen interessante Praxisfälle systematisch, d. h. wissenschaftlich fundiert, zu untersuchen und so aussagekräftige Ergebnisse zu erlangen. Das Ziel qualitativer Methoden ist, Praxisfälle besser zu verstehen, und verlangt, diese in ihrer Tiefe auszuleuchten. Charakteristisch ist die hierzu benötigte Offenheit: Neue, theoretisch bislang unbekannte Aspekte eines Falles können während der Untersuchung entdeckt und beschrieben werden. Gewonnene Ergebnisse werden passend aufbereitet und als Handlungsempfehlungen formuliert. Diese erlauben dem Management bessere, solide Entscheidungen. Im diesem Modul wird das nötige Fachwissen erlernt, um Fragestellungen zu Phänomenen systematisch-qualitativ zu untersuchen. Dies unterstützt einerseits die Erstellung einer wissenschaftlich hochwertigen Master Thesis, andererseits das Durchführen von qualitativen Datenerhebungen und -analysen im unternehmerischen Kontext.

Sie erhalten Antworten u. a. auf diese Fragen:

- ✓ Welche qualitativen Forschungsdesigns gibt es und welche sind für welche Untersuchungsabsichten passend?
- ✓ Wie und wo werden passende Untersuchungsfälle gewählt und wie wird deren Wahl begründet?
- ✓ Wie werden Interviews durchgeführt und systematisch analysiert?

#### Themen

Qualitative Forschungsdesigns und Fallstudien

Qualitative Datenerhebung und Inhaltsanalyse

Verbinden von Theorie und Datenmaterial

#### Dozent

Dr. Claude Meier, Leiter Fachstelle Wissenschaftsmethodik, HWZ

### Applied Research Project 7 ECTS

Im diesem Modul erforschen Sie mit Hilfe der wissenschaftlichen Methode – Theorie, Beobachtung und Testen von Hypothesen – ein von Ihnen identifiziertes Praxisproblem und komplettieren damit Ihr analytisches Toolkit zur evidenzbasierten Entscheidungsfindung. Sie lernen, selbstständig ein erstes Forschungsdesign zu erarbeiten, und werden durch den gesamten Forschungsprozess geführt: vom Praxisproblem über die Generierung von Hypothesen und deren Testung bis hin zur Präsentation der Forschungsergebnisse. Darüber werden Sie auf die Master Thesis vorbereitet.

Sie erhalten Antworten u. a. auf diese Fragen:

- ✓ Wie wende ich die wissenschaftliche Methode auf ein Praxisproblem an?
- ✓ Wie kann ich selbstständig die analytischen Schritte der wissenschaftlichen Methode nutzen?
- ✓ Wie kann ich mit Theorien der Managementforschung Praxisprobleme aus unterschiedlichen Perspektiven analysieren? Wie kann ich theoretisches Wissen für die Entscheidungsfindung und Lösung von Problemen nutzen?

#### Themen

Evaluation des Praxisproblems, um eine theoriegeleitete Forschungsfrage zu erarbeiten

Umgang mit Theorie

Wahl der Untersuchungsstrategie (qualitative und quantitative wissenschaftliche Methodik)

Datenerhebung und Datenauswertung

Präsentationen der Ergebnisse (wissenschaftlicher Vortrag)

#### Dozierende

Doktorandinnen und Doktoranden des Institute for Strategic Management: Stakeholder View, HWZ



«Das wissenschaftliche Fundament, gekoppelt mit dem Stakeholder-Ansatz kann ich täglich in meine Arbeit übersetzen und somit in die Wertschöpfung des Unternehmens einfließen lassen.»

**Sarah Steiger**

Management Consultant Financial Services, Accenture  
Absolventin MSc Business Administration



# Highlight im 2. Semester Blockwoche in Darden/USA

Campus Darden School of Business ▶



## Studienwoche USA (Darden) 5 ECTS

Eine Studienwoche an einer amerikanischen Universität ist ein Erlebnis. Deshalb ist die Auslandwoche an der Darden School of Business seit vielen Jahren fester Bestandteil dieses MSc-Programms.

Die Darden School of Business gehört zur University of Virginia mit Sitz in Charlottesville. Sie ist eine der renommiertesten Business Schools im Bereich der Management-Weiterbildung auf Executive-Stufe in den USA und weltweit. In den Rankings der letzten Jahre hat sie immer wieder Spitzenplätze unter den fünf besten Business Schools der Welt erreicht, so unter anderem bei der Financial Times sowie im Economist.

### «No. 1: General management program»

Financial Times, 2013-17

### «No. 1: MBA education»

Forbes, 2017

### «No. 1: Best education experience»

The Economist, 2011-17

Zusammen mit den Teilnehmerinnen und Teilnehmern aus den «Executive MBA»-Programmen der HWZ studieren Sie direkt auf dem Campus. Das Management-Programm greift eine Vielzahl von Themen auf, die zur erfolgreichen Führung gehören. In dem typischen Darden-Mix aus Case Teaching, Diskussionen und Learning Teams erarbeiten Sie zusammen mit den Dozierenden Lösungsansätze für Ihre tägliche Führungsarbeit. Für diese interaktive und gleichzeitig unterhaltsame Art, Gedanken, Meinungen und Wissen zu konsolidieren, ist die Fakultät von Darden berühmt. Sie tauschen sich mit erfahrenen Führungskräften aus, erhalten gezielte Hinweise für den Transfer des Gelernten in die Praxis und erweitern gleichzeitig Ihr Netzwerk.

#### Themen

Strategic Thinking & Decision Making

Digital Business Models

Creating Value for Stakeholders

Exercises on Purpose

Plattformen, Market Places & Big Data

New Trends in Consumer Behavior

Entrepreneurs Panel

Charlottesville hat etwas mehr als 40'000 Einwohnerinnen und Einwohner und ist ca. zwei Autostunden von Washington, D.C. entfernt. Tauchen Sie in die Welt einer studentisch geprägten Stadt mit viel Charme ein.





# 7 Gründe

## Die Stärken des MSc Business Administration im Überblick

Wählen Sie für Ihren nächsten Karriereschritt einen starken Partner. Mit unserem MSc in Business Administration bieten wir Ihnen ein hochattraktives Gesamtpaket mit überzeugenden Vorteilen.

1.

### **Berufsbegleitend**

Die berufsbegleitende Ausrichtung ermöglicht einen maximalen Praxistransfer dank konsequenter Verknüpfung von Wissenschaft mit dem eigenen beruflichen Kontext.

2.

### **Zukunftsfähige Kompetenzen**

Dank der Weiterentwicklung Ihrer Führungs- und Problemlösungskompetenzen sind Sie in der Lage, auch für zukünftige komplexe unternehmerische Herausforderungen selbstständig Lösungen zu entwickeln.

3.

### **Experten**

Namhafte Experten vermitteln Ihnen allerneueste Erkenntnisse aus Wissenschaft und Praxis.

4.

### **Individuelle Betreuung**

Die kleine Studiengruppe von max. 20 Personen ermöglicht die Berücksichtigung individueller Interessen und Bedürfnisse und eine enge Betreuung durch die Dozierenden und die Studiengangsleitung.

5.

### **Teaching Excellence**

Der Einsatz modernster Lehr- und Lernmethoden schafft eine kreative und inspirierende Lernatmosphäre und garantiert maximalen Lernerfolg.

6.

### **Internationalität**

Sie erleben ein Management-Programm an einer der weltweit führenden amerikanischen Business Schools.

7.

### **Hohe Anerkennung**

HWZ-Abschlüsse genießen bei Arbeitgebern einen hohen Stellenwert. Als Absolventin und Absolvent sind Sie auf dem Arbeitsmarkt sehr gut positioniert.

«Der stimmige Studienaufbau in Kombination mit einer hochkarätigen und heterogenen Klassenzusammensetzung haben dafür gesorgt, dass ich einen maximalen Nutzen aus dem MSc ziehen konnte.»

### **Jeannine Graf**

Head Backoffice AS Aufzüge AG  
Absolventin MSc Business Administrations

# Berufsbegleitend studieren Profitieren Sie von unserem Erfolgsmodell

Der konsequente Praxisbezug und die hoch qualifizierende Weiterbildung ermöglichen es Ihnen, Beruf und Studium optimal zu kombinieren und das Gelernte unmittelbar im eigenen Unternehmen anzuwenden. Bereiten Sie Ihren nächsten Karriereschritt vor. Wir unterstützen Sie. Mitten in Zürich, direkt beim Hauptbahnhof.

## Anmeldung/Auskunft

Für Ihre Anmeldung benutzen Sie bitte das entsprechende Formular auf unserer Website:  
[www.fh-hwz.ch/msc](http://www.fh-hwz.ch/msc)

## Auskunft und Beratungsgespräch

Für allgemeine Informationen zur HWZ und zu diesem Studium wenden Sie sich bitte ans Master-Sekretariat:  
043 322 26 88, [sekretariat@fh-hwz.ch](mailto:sekretariat@fh-hwz.ch)

Vertiefende Fragen beantwortet Ihnen der Studiengangsleiter gerne. Er steht Ihnen auch für ein persönliches Beratungsgespräch zur Verfügung:  
043 322 26 03  
[urs.jaeckli@fh-hwz.ch](mailto:urs.jaeckli@fh-hwz.ch)

## Informationsveranstaltungen

Aktuelle Daten finden Sie auf [www.fh-hwz.ch/infoabende](http://www.fh-hwz.ch/infoabende).

## HWZ Career Model

Die laufende Entwicklung der persönlichen und fachlichen Fähigkeiten ist heute ein fester Bestandteil des Berufslebens. Die HWZ begleitet Sie auf jeder Karrierestufe mit den richtigen Aus- und Weiterbildungsprogrammen: Bachelor-Studiengänge als solide Karrieregrundlage. Diplom- und Zertifikatslehrgänge für den Erwerb von Zusatzqualifikationen in einem Fachbereich. Master-Studiengänge zur Vertiefung der beruflichen Qualifikation und persönlichen Kompetenz. Die Academy mit Intensivseminaren für erfahrene Führungskräfte und Unternehmen. Alle setzen die richtigen Akzente für Ihren persönlichen, beruflichen Erfolg.



## Lage

Die HWZ Hochschule für Wirtschaft Zürich liegt direkt beim Hauptbahnhof Zürich, im Sihlhof, an der Lagerstrasse. Parkplätze befinden sich nur wenige Gehminuten entfernt im City Parking. Neben moderner Infrastruktur bietet der «Sihlhof» einen auch architektonisch eindrücklichen Weiterbildungsrahmen sowie ein lebendiges und vielseitiges kulinarisches Angebot im Stadtteil Europaallee.



**HWZ Hochschule für Wirtschaft Zürich**  
Lagerstrasse 5, Postfach, 8021 Zürich  
043 322 26 88, [master@fh-hwz.ch](mailto:master@fh-hwz.ch)  
[www.fh-hwz.ch](http://www.fh-hwz.ch)

## Akkreditierung

SCHWEIZERISCHER AKKREDITIERUNGSRAT  
CONSEIL SUISSE D'ACCREDITATION  
CONSIGLIO SVIZZERO DI ACCREDITAMENTO  
SWISS ACCREDITATION COUNCIL

Institutionell akkreditiert nach  
HFKG 2016-2022