

STRECKENBESCHREIBUNGEN

Die einzelnen Kursbeschreibungen finden Sie auf den folgenden Seiten, sortiert nach Unterrichtssprache. Sollten Sie die gesuchte Kursbeschreibung in diesem Dokument nicht finden, kontaktieren Sie uns bitte per E-Mail, um sie anzufordern.



DEUTSCH

HERBSTSEMESTER





Beschreibung der Lerneinheit

1. ALLGEMEINE ORGANISATION DER LERNEINHEIT

Schule/Standort	HSW Freiburg
Bereich	Wirtschaft und Dienstleistungen
Studiengang	Bachelor in Betriebsökonomie (Vollzeit und berufsbegleitend)
Vertiefung	--

Titel des Kurses	Praktische Kommunikation
Titel des Moduls	Nebenwahlmodul
Dozierende/r	Rudolf Merkle
Anzahl Lektionen	30
Anzahl Studierende	Max. 25
Erforderliche Vorkenntnisse	-

Anzahl ECTS-Credits:	Hauptunterrichtssprache	Sprachliche Anrechnung für ein mehrsprachiges Studium
3	<input type="checkbox"/> Französisch <input checked="" type="checkbox"/> Deutsch <input type="checkbox"/> Englisch	<input type="checkbox"/> Französisch <input checked="" type="checkbox"/> Deutsch <input type="checkbox"/> Englisch

Kursdaten und –zeiten	Samstag, 14.11.2026 von 8.35 Uhr bis 11.55 Uhr und 13.00 bis 16.20 Uhr Freitag, 20.11.2026 von 17.15 Uhr bis 20.30 Uhr Samstag, 21.11.2026 von 8.35 Uhr bis 11.55 Uhr und 13.00 bis 16.20 Uhr Freitag, 27.11.2026 von 17.15 Uhr bis 20.30 Uhr Freitag, 04.12.2026 von 17.15 Uhr bis 20.30 Uhr Freitag, 11.12.2026 von 17.15 Uhr bis 20.30 Uhr
------------------------------	--



2. ALLGEMEINE ZIELE

Ziel des Kurses ist, zentrale Aspekte der institutionellen und der interpersonalen Kommunikation im wirtschaftlichen Umfeld zu vertiefen. Im Zentrum stehen die 3 relevanten individuellen Handlungskompetenzen (Savoir, Savoir-faire, Savoir-être [HR-Terminologie: Skills/Kompetenzen]) und ihre situative Adaption in der Praxis.

3. INHALT UND FORM DES UNTERRICHTS

- Analyse und Optimierung des eigenen kommunikativen Handelns
- Theoretische Ansätze werden von den Partizipierenden mittels Diskussionen, **praktischer Übungen**, **Fallbeispiele** angewandt.

Thematische Aspekte (teils in Absprache mit den Studierenden):

- Interne und externe Unternehmenskommunikation als Wertschöpfungsfaktor
- Strategische Kommunikation / Kommunikationsplanung / Krisenkommunikation / Social Media
- Kommunikation und Führung: Generationen X/Y/Z
- Verhandlungstechnik (Strategien und Taktiken / Gesprächsführung, Fragetechnik / Feedback)

4. PRÜFUNGS- UND VALIDIERUNGSMODALITÄTEN

Die Zensur des Kurses konstituiert sich aus einem benoteten schriftlichen Examen (auf Deutsch), das individuell abzugelten ist: gemäss Richtlinien des Dozenten.



Beschreibung der Lerneinheit

1. ALLGEMEINE ORGANISATION DER LERNEINHEIT

Schule/Standort	HSW Freiburg
Bereich	Wirtschaft und Dienstleistungen
Studiengang	Bachelor in Betriebsökonomie (Vollzeit und berufsbegleitend)
Vertiefung	--

Titel des Kurses	Create your future
Titel des Moduls	Nebenwahlmodul
Dozierende/r	Lukas Schneuwly
Anzahl Lektionen	30
Anzahl Studierende	Max. 25
Erforderliche Vorkenntnisse	-

Anzahl ECTS-Credits:	Hauptunterrichtssprache	Sprachliche Anrechnung für ein mehrsprachiges Studium
3	<input type="checkbox"/> Französisch <input checked="" type="checkbox"/> Deutsch <input type="checkbox"/> Englisch In Französisch kann geantwortet werden.	<input type="checkbox"/> Französisch <input checked="" type="checkbox"/> Deutsch <input type="checkbox"/> Englisch

Kursdaten und -zeiten	Freitag, 02.10.2026 von 17.15 – 20.30 Uhr Freitag, 06.11.2026 von 17.15 – 20.30 Uhr Samstag, 28.11.2026 von 8.35 – 11.55 und 13.00 – 16.20 Uhr Freitag, 04.12.2026 von 17.15 – 20.30 Uhr Samstag, 12.12.2026 von 8.35 – 11.55 und 13.00 – 16.20 Uhr + 2 Lektionen E-Learning oder Projekte
------------------------------	---



2. ALLGEMEINE ZIELE

- Studierende...
- Haben ihre persönlichen Leitwerte erarbeitet
- Sind sich ihrer Stärken bewusst (Stärkeprofil) und haben diese auf LinkedIn abgebildet (Personal Brand)
- Haben eine zielgerichtete Vision für die Zukunft
- Sind sich möglicher Hindernisse & Herausforderungen bewusst und wissen mit diesen umzugehen
- Können sich selbst und dadurch andere besser führen

- Zielsetzungs- und Umsetzungskompetenz
- Lösungskompetenz
- Selbstreflexion & Selbstbewusstsein
- Resilienz
- Medienkompetenz

Die Studierenden erhöhen ihre Selbst-Leadership-Kompetenz. Dies wird unter anderem gefördert durch die Umsetzung eines persönlichen Projekts.

3. INHALT UND FORM DES UNTERRICHTS

Die Planung einer erfolgreichen beruflichen Zukunft in einer digitalen, von Veränderung geprägten Welt sind Schwerpunkt in diesem Modul. Folgende Inhalte stehen dabei im Fokus:

- Die Definition der eigenen Leitwerte
- Ausrichtung und Karriereplanung
- Erarbeitung deines Stärkeprofils und der Personal Brand (online & offline)
- Eine Kreation der persönlichen Vision
- Der konstruktive Umgang mit Hindernissen auf dem Weg dorthin
- Die Definition und Umsetzung der persönlichen Ziele hin zur Vision
- Das Konzept des Self-Leadership

Dieses Modul stützt sich auf erfahrungsbasiertes Lernen und vermittelt den Studierenden kreative Methoden, um die berufliche Zukunft optimal auf die eigene Persönlichkeit und Stärken auszurichten. Die Zielsetzungs- und Umsetzungskompetenzen der Studierenden werden durch die Visionsarbeit gesteigert. Die Förderung der Lösungskompetenz in Bezug auf den Umgang mit Hindernissen sowie die Steigerung der Resilienz, sind wichtige überfachliche Kompetenzen, welche in diesem Modul antrainiert werden. Die Konzeption der Personal Brand macht die Studierenden digital sichtbar und erhöht die Chancen auf dem Arbeitsmarkt. Mit dem Konzept «Self Leadership» wird ihnen ein Werkzeug vermittelt, mit welchem sie sich selbst und schlussendlich andere besser führen können.

Die Studierenden werden dabei mit unterschiedlichen Modellen und Übungssettings konfrontiert, unter anderem aus der Positiven Psychologie (Dilts), Leadership-Forschung (Furtner & Baldegger), Projektmanagement und Coaching (Business), Mentaltraining (Spitzensport) und Mindfulness (MBSR nach Kabat-Zinn).

4. PRÜFUNGS- UND VALIDIERUNGSMODALITÄTEN

Gruppenarbeit: gemäss Richtlinien des Dozenten.



Beschreibung der Lerneinheit

1. ALLGEMEINE ORGANISATION DER LERNEINHEIT

Schule/Standort	HSW Freiburg
Bereich	Wirtschaft und Dienstleistungen
Studiengang	Bachelor in Betriebsökonomie (Vollzeit und berufsbegleitend)
Vertiefung	--

Titel des Kurses	Compétences entrepreneuriales, cours bilingue français-allemand
Titel des Moduls	Hauptwahlmodul
Dozierende/r	Salma Fattoum und Danielle Burkhard
Anzahl Lektionen	60
Anzahl Studierende	-
Erforderliche Vorkenntnisse	-

Anzahl ECTS-Credits:	Hauptunterrichtssprache	Sprachliche Anrechnung für ein mehrsprachiges Studium
5	<input checked="" type="checkbox"/> Französisch <input checked="" type="checkbox"/> Deutsch <input type="checkbox"/> Englisch	<input checked="" type="checkbox"/> Französisch <input checked="" type="checkbox"/> Deutsch <input type="checkbox"/> Englisch

Kursdaten und -zeiten	Jeden Montag des Herbstsemesters von 13.45 bis 17.05 Uhr
-----------------------	--

Die Option beinhaltet sowohl Kurse auf Französisch als auch auf Deutsch. Sie können sich die Studienleistungen entweder auf Französisch oder auf Deutsch anrechnen lassen. Die benoteten Leistungen müssen in der jeweils gewählten Sprache erbracht werden.



2. ALLGEMEINE ZIELE

Der Kurs bietet den Studierenden die Möglichkeit, den Prozess der Unternehmensgründung auf aktive Weise zu entdecken und erleben. Dabei werden theoretische Inputs (Lean Startup, Effectuation, Geschäftsmodell) mit einer konkreten praktischen Umsetzung in der Gruppe kombiniert.

Anhand eines kollaborativen unternehmerischen Projekts (von der Idee bis zur Umsetzung) erforschen die Studierenden die verschiedenen Schlüsselphasen eines Gründungsprojekts (Ideation, Markt, Ziel, Kommunikation, Pitch).

Der Kurs ermöglicht somit:

Verständnis der Grundlagen des Unternehmertums in seinen klassischen und sozialen Formen, der Rolle von Intrapreneurship sowie der Entwicklung praktischer Fähigkeiten in den Bereichen Projektmanagement, Kreativität, Teamarbeit und Kommunikation.

3. INHALT UND FORM DES UNTERRICHTS

Kurs bestehend aus einem Theorieteil sowie einem unternehmerischen Gruppenprojekt

4. PRÜFUNGS- UND VALIDIERUNGSMODALITÄTEN

Sprachen: Deutsch und Französisch

Prüfung:

50% schriftlicher Bericht (in Bezug zu den Projektphasen)

50% mündliche Präsentation

Gemäss Richtlinien des Dozenten



Beschreibung der Lerneinheit

1. ALLGEMEINE ORGANISATION DER LERNEINHEIT

Schule/Standort	HSW Freiburg
Bereich	Wirtschaft und Dienstleistungen
Studiengang	Bachelor in Betriebsökonomie (Vollzeit und berufsbegleitend)
Vertiefung	--

Titel des Kurses	Entrepreneurial Strategy & Innovation
Titel des Moduls	Hauptwahlmodul
Dozierende/r	Philipp Aerni / Jürgen Fritz
Anzahl Lektionen	60
Anzahl Studierende	-
Erforderliche Vorkenntnisse	-

Anzahl ECTS-Credits:	Hauptunterrichtssprache	Sprachliche Anrechnung für ein mehrsprachiges Studium
5	<input type="checkbox"/> Französisch <input checked="" type="checkbox"/> Deutsch <input checked="" type="checkbox"/> Englisch English: komplementäre Literatur und Informationsmaterial zum Unterricht	<input type="checkbox"/> Französisch <input checked="" type="checkbox"/> Deutsch <input type="checkbox"/> Englisch

Kursdaten und -zeiten	Jeden Montag des Herbstsemesters von 8.35 bis 11.55 Uhr
------------------------------	---



2. ALLGEMEINE ZIELE

Teil 1: Strategische Unternehmensentwicklung und Innovation

Die Studentinnen und Studenten können:

- Geschäftsmöglichkeiten erkennen und deren Potentiale evaluieren
- Die verschiedenen Arten der Innovationen und deren Lebenszyklus unterscheiden
- Risiken und Chancen des technologischen Wandels verstehen und im Kontext einer ausgewählten Industrie beschreiben
- erkennen, dass Innovationen nicht nur steigende Renditen generieren, sondern auch positive externe Effekte für Umwelt und Gesellschaft erzeugen können
- verstehen, warum erfolgreiche und innovative UnternehmerInnen moralische Tugenden besitzen, die sich unterscheiden von einer gängigen gesellschaftlichen Moral
- erklären, warum Risiko und Regulierung immer auch ein Treiber von Innovationen in der Wirtschaft sein können

Teil 2: Verständnis für das Zusammenspiel von Risiko, Regulierung und Innovation

Dieser Teil soll aufzeigen...

- wie innovative Unternehmen durch die Anwendung von Wissen zwecks Entwicklung und Kommerzialisierung von neuen Produkten und Prozessen, nicht nur Profite generieren, sondern auch zu **skalierbaren nachhaltigen Lösungen** beitragen, obwohl das vielleicht gar nicht ihre primäre Absicht ist.
- wie innovatives Unternehmertum in der Schweiz die **Uhrenindustrie** gerettet hat, warum dieses zu blossen Marketing verkümmert ist.
- warum Unternehmertum eine Schlüsselrolle spielt bei der Verbesserung der **Menschenrechte** und für die Erreichung der **UNO Nachhaltigkeitsziele**
- warum erfolgreiche Unternehmen sehr wohl eine **Ethik** haben, denn sie erkennen, dass verantwortungsvolles Handeln auch im langfristigen Eigeninteresse sein kann (Stichwort Vertrauen)
- wie Nachhaltigkeitsbewertungstools helfen können eine Unternehmensstrategie langfristig auszurichten (**esg2go**)

3. INHALT UND FORM DES UNTERRICHTS

Teil 1: Strategische Unternehmensentwicklung und Innovation

- Unternehmensentwicklung: Integration von Strategie, Struktur und Kultur
- Unternehmerische Chancen
- Simulation Unternehmensentwicklung
- Management von Wachstum

Teil 2: Verständnis für das Zusammenspiel von Risiko, Regulierung und Innovation

- Firmeninnovationen als Antwort auf die wachsenden Umweltherausforderungen
- Regulierung als Treiber und Hemmschuh von Investitionen in Innovation
- Innovationsgetriebenes Wachstum als Beitrag zur Nachhaltigkeit
- Anreize für Investitionen in inklusives Wachstum

4. PRÜFUNGS- UND VALIDIERUNGSMODALITÄTEN

Prüfung (d): Schriftliche Prüfung/Fallbeispiel/Projektarbeit und Präsentation: gemäss Richtlinien des Dozenten.



Beschreibung der Lerneinheit

1. ALLGEMEINE ORGANISATION DER LERNEINHEIT

Schule/Standort	HSW Freiburg
Bereich	Wirtschaft und Dienstleistungen
Studiengang	Bachelor in Betriebsökonomie (Vollzeit und berufsbegleitend)
Vertiefung	--

Titel des Kurses	Internationale Rechnungslegung
Titel des Moduls	Hauptwahlmodul
Dozierende/r	Jürg Rösti
Anzahl Lektionen	60
Anzahl Studierende	-
Erforderliche Vorkenntnisse	-

Anzahl ECTS-Credits:	Hauptunterrichtssprache <input type="checkbox"/> Französisch <input checked="" type="checkbox"/> Deutsch <input type="checkbox"/> Englisch Die Kursunterlagen sind grundsätzlich auf Deutsch. Zusätzlich zum Deutschen Skript gibt es ein Skript «support de cours complémentaire» (ca. 150 Seiten), welches ausgewählte Übersetzungen auf Französische enthält. Die Studierenden können während des Unterrichts auch Französisch sprechen (z.B. Fragen stellen) und dürfen an der schriftlichen Prüfung auf Französisch antworten. Der Dozent spricht fließend Französisch und kennt auch die meisten Fachbegriffe auf Französisch. Die Rechnungslegungsnormen IFRS und Swiss GAAP FER sind auch auf Französisch erhältlich.	Sprachliche Anrechnung für ein mehrsprachiges Studium <input type="checkbox"/> Französisch <input checked="" type="checkbox"/> Deutsch <input type="checkbox"/> Englisch
5		

Kursdaten und –zeiten	Jeden Dienstag des Herbstsemesters von 17.15 – 20.30 Uhr
-----------------------	--



2. ALLGEMEINE ZIELE

Die Studierenden sind in der Lage:

- Den Inhalt ausgewählter Standards anhand von konkreten Beispielen zu erläutern.
- Die Vorschriften ausgewählter Standards auf konkrete Aufgabenstellungen / Fallbeispiele anzuwenden.
- Den Finanzteil von Geschäftsberichten zu verstehen, zu erläutern und zu kommentieren
- Die wichtigsten Unterschiede zwischen den Rechnungslegungsnormen aufzuzählen und zu erläutern.

3. INHALT UND FORM DES UNTERRICHTS

Inhalt:

Ausgewählte Standards der IFRS (ca. 40 Lektionen) beziehungsweise Fachempfehlungen der Swiss GAAP FER (ca. 20 Lektionen). Die Lehrperson informiert die Studierenden während der ersten Semesterwoche über die ausgewählten Standards und Fachempfehlungen.

Zusätzliche ist ein Gastvortrag zum Thema Integrated Reporting / Nachhaltigkeit und ESG Reporting geplant.

Form:

Präsenzunterricht

Einzel-, Partner- und Gruppenarbeiten

Selbststudium

Für jede Rechnungslegungsnorm wird je eine exemplarische Jahresrechnung verteilt werden.

4. PRÜFUNGS- UND VALIDIERUNGSMODALITÄTEN

Der Kurs wird durch eine schriftliche Prüfung während des Semesters bewertet. Die Lehrperson informiert die Studierenden während der ersten Semesterwoche über das genaue Datum der Prüfung. Die Aufgabenstellung ist auf Deutsch, die Antworten können auf Deutsch oder Französisch erfolgen.

Gemäss Richtlinien des Dozenten



Beschreibung der Lerneinheit

1. ALLGEMEINE ORGANISATION DER LERNEINHEIT

Schule/Standort	HSW Freiburg
Bereich	Wirtschaft und Dienstleistungen
Studiengang	Bachelor in Betriebsökonomie (Vollzeit und berufsbegleitend)
Vertiefung	--

Titel des Kurses	Sales & Distribution
Titel des Moduls	Hauptwahlmodul
Dozierende/r	Daniel Savary
Anzahl Lektionen	60
Anzahl Studierende	-
Erforderliche Vorkenntnisse	-

Anzahl ECTS-Credits:	Hauptunterrichtssprache	Sprachliche Anrechnung für ein mehrsprachiges Studium
5	<input type="checkbox"/> Französisch <input checked="" type="checkbox"/> Deutsch <input type="checkbox"/> Englisch Der Dozent versteht und spricht Französisch. Fragen können also auch in französischer Sprache gestellt werden	<input type="checkbox"/> Französisch <input checked="" type="checkbox"/> Deutsch <input type="checkbox"/> Englisch

Kursdaten und -zeiten	Jeden Mittwoch des Herbstsemesters von 17.15 – 20.30 Uhr
------------------------------	--



2. ALLGEMEINE ZIELE

- Wahl der Absatzwege für Güter und Dienstleistungen
- Planung und Führung von Verkauf und Distribution in der Praxis
- Verkaufstechniken und erfolgreiche Verhandlungsführung im Verkauf
- Wichtigkeit vom Marketing-Mix im Verkauf

3. INHALT UND FORM DES UNTERRICHTS

Im Vertiefungsmodul «Sales & Distribution» erwerben die Studierenden vertieftes, praxisorientiertes Wissen in der Wahl von Absatzwegen im Groß-, Zwischen- und Detailhandel und Absatzorganen (inkl. Franchising-Systemen) für Güter und Dienstleistungen sowie der physischen Distribution, soweit sie für die Absatzpolitik von Bedeutung ist.

Besonderes Gewicht wird dabei auf die distributorische Erschließung neuer Märkte - insbesondere auch im Ausland – gelegt. Es werden ebenfalls die verschiedenen typischen Phasen des Verkaufs analysiert.

Mit dem erworbenen Knowhow sind die Studierenden in der Lage:

- detaillierte Analysen und Konzepte für eine erfolgreiche, kundenorientierte Umsetzung der Marketing-Strategien in Verkauf und Distribution auszuarbeiten und zusammen mit den Spezialisten für Außen- und Innendienst sowie E-Commerce und CRM (Kundenbindungsmanagement) umzusetzen
- die erfolgsrelevanten Führungs-, Organisations- und Controlling-Instrumente in Verkauf und Distribution zu entwickeln und einzusetzen
- Verkaufs- und Verhandlungstechniken anzuwenden inkl. MbO (Führung durch Zielvereinbarung)
- Beispiele im Markt

4. PRÜFUNGS- UND VALIDIERUNGSMODALITÄTEN

Mündliche Prüfung in Deutsch: gemäss Richtlinien des Dozenten.

Frühjahrssemester





Beschreibung der Lerneinheit

1. ALLGEMEINE ORGANISATION DER LERNEINHEIT

Schule/Standort	HSW Freiburg
Bereich	Wirtschaft und Dienstleistungen
Studiengang	Bachelor in Betriebsökonomie (Vollzeit und berufsbegleitend)
Vertiefung	--

Titel des Kurses	Kreislaufwirtschaft, Grundlagen und Anwendung
Titel des Moduls	Nebenwahlmodul
Dozierende/r	Alfred Münger
Anzahl Lektionen	30
Anzahl Studierende	Max. 30
Erforderliche Vorkenntnisse	-

Anzahl ECTS-Credits:	Hauptunterrichtssprache	Sprachliche Anrechnung für ein mehrsprachiges Studium
3	<input type="checkbox"/> Französisch <input checked="" type="checkbox"/> Deutsch <input type="checkbox"/> Englisch Die Studierenden können Fragen Französisch/Englisch stellen und dürfen in der Prüfung Französisch/Englisch antworten. Die Unterrichtssprache und die Dokumente sind nur in Deutsch vorhanden. Die Projektarbeit kann in Französisch/Englisch erarbeitet werden.	<input type="checkbox"/> Französisch <input checked="" type="checkbox"/> Deutsch <input type="checkbox"/> Englisch

Kursdaten und -zeiten	Mittwoch, 28.04.2027 von 17.15 – 20.30 Uhr Mittwoch, 05.05.2027 von 17.15 – 20.30 Uhr Mittwoch, 12.05.2027 von 17.15 – 20.30 Uhr Mittwoch, 09.06.2027 von 17.15 – 20.30 Uhr + 14 Lektionen Blended Learning
------------------------------	---



2. ALLGEMEINE ZIELE

- Die Charakteristiken der Kreislaufwirtschaft verstehen
- Das strategische Erfolgspotential der Kreislaufwirtschaft bestimmen und seine Bedeutung in Zusammenhang mit der Unternehmensentwicklung beschreiben
- Die Grundideen der Kreislaufwirtschaft erklären und anwenden
- Die Anwendungsmöglichkeiten der Kreislaufwirtschaft von Produkten und Dienstleistungen erkennen

3. INHALT UND FORM DES UNTERRICHTS

Der Kurs wird in „Blended Learning“ angeboten. Dabei werden sowohl Lernfilme als auch Aufträge an die Studierenden abgegeben. Insgesamt werden 16 Lektionen in Präsenzunterricht gehalten und 14 Lektionen in Blended Learning.

4. PRÜFUNGS- UND VALIDIERUNGSMODALITÄTEN

Die Prüfung, wird in Form eines Projektes, das in maximal 4-er Gruppen, erarbeitet wird. Die Gruppenzusammenstellung erfolgt durch den Dozenten. Ziel des Projektes ist ein ausgearbeitetes Geschäftsmodell mit Bezug zur Kreislaufwirtschaft: gemäss Richtlinien des Dozenten.



Teaching unit description

1. GENERAL ORGANISATION OF THE TEACHING UNIT

School/Location	School of Management Fribourg
Field of study	Economics and Services
Degree program	Bachelor in Business Administration (full-time and part-time study)
Orientation	--

Course title	Social Media
Module title	Secondary choice
Professor	Lukas Schneuwly
Number of lessons	30
Number of students	Max. 25
Prerequisites	-

Number of ECTS credits:	Main language of instruction	Language credits for a multilingual course of study
3	<input checked="" type="checkbox"/> french <input checked="" type="checkbox"/> german <input type="checkbox"/> english	<input checked="" type="checkbox"/> french <input checked="" type="checkbox"/> german <input type="checkbox"/> english

Course dates and times	Wednesday 24.02.2027 from 17:15 to 20:30 Wednesday 03.03.2027 from 17:15 to 20:30 Wednesday 10.03.2027 from 17:15 to 20:30 Wednesday 17.03.2027 from 17:15 to 20:30 Wednesday 24.03.2027 from 17:15 to 20:30 Wednesday 07.04.2027 from 17:15 to 20:30 Wednesday 14.04.2027 from 17:15 to 20:30 Wednesday 21.04.2027 from 17:15 to 20:30
-------------------------------	--



2. GENERAL OBJECTIVES

Understand why and how Social Media may be used by a company or a brand. Learn simple tools to formalize a tactical roadmap and apply them in a semester project. This project is led in small groups and focus on events, activities, projects of the HEG-FR; the output has to take place on HEG-FR media and participates to HEG-FR visibility and communication on Social Media.

3. CONTENT AND FORM OF INSTRUCTION

Theoretical support to the projects; main Social Media practices and benefits from a company point of view; practical feedbacks and exchanges based on semester projects

4. EXAMINATION AND VALIDATION PROCEDURES

Semester Project + Project log with explanation of intents, do's and learnings: according to teacher's directives.



Beschreibung der Lerneinheit

1. ALLGEMEINE ORGANISATION DER LERNEINHEIT

Schule/Standort	HSW Freiburg
Bereich	Wirtschaft und Dienstleistungen
Studiengang	Bachelor in Betriebsökonomie (Vollzeit und berufsbegleitend)
Vertiefung	--

Titel des Kurses	Controlling und Revision
Titel des Moduls	Hauptwahlmodul
Dozierende/r	Jürg Rösti
Anzahl Lektionen	60
Anzahl Studierende	-
Erforderliche Vorkenntnisse	-

Anzahl ECTS-Credits:	Hauptunterrichtssprache <input type="checkbox"/> Französisch <input checked="" type="checkbox"/> Deutsch <input type="checkbox"/> Englisch Die Kursunterlagen sind grundsätzlich auf Deutsch. Zusätzlich zum Deutschen Skript gibt es ein Skript «support de cours complémentaire» (ca. 50 Seiten), welches ausgewählte Übersetzungen auf Französische enthält. Die Studierenden können während des Unterrichts auch Französisch sprechen (z.B. Fragen stellen) und dürfen an der schriftlichen Prüfung auf Französisch antworten. Der Dozent spricht fließend Französisch und kennt auch die meisten Fachbegriffe auf Französisch.	Sprachliche Anrechnung für ein mehrsprachiges Studium <input type="checkbox"/> Französisch <input checked="" type="checkbox"/> Deutsch <input type="checkbox"/> Englisch
5		

Kursdaten und –zeiten	Jeden Mittwoch des Frühjahrssemesters von 17.15 – 20.30 Uhr
-----------------------	---



2. ALLGEMEINE ZIELE

Die Studierenden sind für den **Teil Controlling** in der Lage:

- Die Aufgaben eines Controllers zu umschreiben und diese von verwandten Tätigkeiten abzugrenzen.
- Die Funktionsweisen der Prozesskostenrechnung und des Target Costings zu beschreiben und deren Vorteile aufzuzählen.
- Die Problematik des „Whistle Blowings“ zu erläutern.
- Ein Produktionsprogramm bei welchem mehrere Engpässe bestehen, rechnerisch zu optimieren.
- Unter Anleitung und Aufsicht Controllingtätigkeiten auszuführen.

Die Studierenden sind für den **Teil Revision** in der Lage:

- Die Unterschiede zwischen interner und externer Revision zu nennen.
- Den risikoorientierten Prüfungsansatz zu beschreiben.
- Die Bedeutung eines gut funktionierenden internen Kontrollsystems für die Revision zu erläutern.
- Unter Anleitung und Aufsicht Prüfungshandlungen auszuführen.
- Abweichungen vom Standardwortlaut in der Berichterstattung zu erkennen und zu interpretieren.
- In ihrer Unternehmung die Rolle der Ansprechperson für die Wirtschaftsprüfer zu übernehmen.

3. INHALT UND FORM DES UNTERRICHTS

Inhalt:

Einführung Controlling

Target Costing

Investment Controlling

Whistle Blowing

Prozesskostenrechnung

Bestimmung eines optimalen Produktionsprogramms

Interne Revision

Externe Revision

Form:

Präsenzunterricht

Einzel-, Partner- und Gruppenarbeiten

Selbststudium

Es sind Gastvorträge zu den Themen interne Revision und externe Revision geplant.

4. PRÜFUNGS- UND VALIDIERUNGSMODALITÄTEN

Der Kurs wird durch eine schriftliche Prüfung während des Semesters bewertet. Die Lehrperson informiert die Studierenden während der ersten Semesterwoche über das genaue Datum der Prüfung. Die Aufgabenstellung ist auf Deutsch, die Antworten können auf Deutsch oder Französisch erfolgen: gemäss Richtlinien des Dozenten.