

Folgende Hochschulen der Fachhochschule Nordwestschweiz FHNW bieten Weiterbildung an:

- **Hochschule für Angewandte Psychologie**
- Hochschule für Architektur, Bau und Geomatik
- Hochschule für Gestaltung und Kunst
- Hochschule für Life Sciences
- Musikhochschulen
- Pädagogische Hochschule
- Hochschule für Soziale Arbeit
- Hochschule für Technik
- **Hochschule für Wirtschaft**

Fachhochschule Nordwestschweiz
Hochschulen für Angewandte Psychologie
und Wirtschaft FHNW
Riggenbachstrasse 16
4600 Olten

T +41 62 286 03 01 oder +41 (0) 848 821 011
F +41 62 286 03 02
weiterbildung.aps@fhnw.ch
info.wirtschaft@fhnw.ch
www.interdisziplinaere-unternehmensentwicklung.ch

Master of Advanced Studies in
Corporate Development



Immer aktuell:
www.interdisziplinaere-unternehmensentwicklung.ch
www.fhnw.ch/aps/weiterbildung
www.fhnw.ch/wirtschaft/mas

Interdisziplinäre Unternehmensentwicklung	2
<hr/>	
Das Studium auf einen Blick	4
Anforderungsprofil Unternehmensentwickler/in?	5
Studienziele	6
Zielpublikum und Zulassungsbedingungen	9
Konzept, Umfang und Struktur des Studiums	11
Studienfächer	12
Modulziele und -inhalte	14
Leistungsnachweise und Studienabschluss	18
Gründe für den MAS Corporate Development	21
Lehren und Lernen	22
Studienort	23
Studiengangsleitung und Gebühren	24
Anmeldung	25
<hr/>	
Situationsplan Olten	28
<hr/>	

Interdisziplinäre Unternehmensentwicklung

Sehr geehrte Interessentin
Sehr geehrter Interessent

Der vorliegende Master of Advanced Studies MAS unterscheidet sich wesentlich von den zahlreichen Weiterbildungsangeboten zum Thema Changemanagement und Unternehmensentwicklung:

Im Master Corporate Development steht klar der strategische Prozess im Vordergrund, unter welchem sich ein Unternehmen oder eine Organisation laufend an veränderte Bedingungen anpasst. Darin liegt der Kerngedanke der heutigen Unternehmensentwicklung. Sie erkennt Veränderungen durchaus als wesentliche treibende Kraft, sie will aber unter dieser Prämisse und im Hinblick auf Konfliktpotenziale zugleich innovative Energie freisetzen und diese in die Entwicklung der Unternehmung integrieren.

Das neue interdisziplinäre Studienkonzept Master of Advanced Studies Corporate Development (MAS CoD) ist in dieser Form einzigartig:

«Ökonomisch fundiert – wirtschaftspsychologisch orientiert»

Es ist von den Hochschulen für Wirtschaft und für Angewandte Psychologie gemeinsam erarbeitet worden und stellt die Fähigkeit des interdisziplinären Denkens in den Mittelpunkt. Damit sollen die Absolventinnen und Absolventen befähigt werden, komplexen betriebswirtschaftlichen Realitäten sowie sozialen und technologischen Ein-

flüssen aus Umwelt und Organisation gerecht zu werden. Sie gewinnen damit ein vertieftes Verständnis und eine neue Sichtweise für das Zusammenwirken ökonomischer und wirtschaftspsychologischer Faktoren, die den Unternehmenserfolg letztendlich bestimmen. Das erfordert zugleich ein breites Verständnis für die unterschiedlichen Aufgaben, Motive und Befindlichkeiten der Beteiligten innerhalb eines Unternehmens oder einer Organisation.

In diesem Masterstudiengang sind über zehn Jahre Erfahrung eingearbeitet, die wir in engem Kontakt mit Unternehmen und Organisationen, aber auch durch die stete Einbeziehung ehemaliger Absolventinnen und Absolventen nutzen. Das Programm wird laufend den neusten Erkenntnissen und den Anforderungen der Praxis angepasst.

Damit haben unsere Absolventinnen und Absolventen die besten Voraussetzungen, eine strategische Planung aufzugleisen und eine erfolgversprechende Strategie zu erarbeiten, um anstehende Neuerungen und Entwicklungen wirksam, angemessen und zukunftsfähig zu begleiten.

Die Studienleitung



Prof. Dr. Ruedi Käch
Hochschule für Wirtschaft



Katrin Welge, lic. phil., Managementberaterin
Hochschule für Angewandte Psychologie

Das Studium auf einen Blick

Beginn	Im Zweijahresrhythmus jeweils im Herbst
Dauer	2.5 Jahre
Studienziel	<ul style="list-style-type: none">- Auf- und Ausbau fundierter interdisziplinärer Kompetenzen für die Gestaltung umfassender Strategie- und Entwicklungsprozesse in Unternehmen, NPO, NGO und öffentlichen Verwaltungen- Vernetzung und Erfahrungsaustausch unter den Studierenden- Erweiterung der Reflexions-, Kommunikations- und Beratungskompetenz der Studierenden- Professionalisierung von Wirtschaft und Verwaltung durch Auf- und Ausbau psychologischer und ökonomischer Kompetenzen
Zielgruppe	Führungskräfte, Projektverantwortliche und Consultants aus internationalen Konzernen und KMU aller Branchen, Verwaltung sowie von Non-Profit-Organisationen, die in entscheidenden Funktionen an Strategie- und Entwicklungsprozessen beteiligt sind, diese steuern und beeinflussen
Zulassung	Voraussetzung für die Zulassung ist ein abgeschlossenes Hochschulstudium (Uni, ETH, FH) sowie eine Berufstätigkeit von 5 Jahren. Zugelassen werden Absolventinnen und Absolventen aller Fachrichtungen. Es steht eine beschränkte Anzahl Plätze für Interessentinnen und Interessenten mit anderen Ausbildungen und Berufsbiografien zur Verfügung.
Unterrichtssprache	Deutsch, für Quellenlektüre ist Englisch von Vorteil
Unterrichtszeiten	09.00 bis 17.00 Uhr, ca. 60 Präsenztage
Dozierende	Dozentinnen und Dozenten unserer Hochschulen mit engem Praxisbezug sowie ausgewiesene Fachpersonen aus der Praxis
Anzahl Teilnehmende	Maximal 20 Personen
Kosten	CHF 29 500.– (exkl. Kosten für Unterrichtsmaterial, Anreise und Verpflegung)
Abschluss	Das Diplom berechtigt zur Führung des eidg. anerkannten Titels «Master of Advanced Studies FHNW in Corporate Development»
Kontaktpersonen	Prof. Dr. Ruedi Käch, Hochschule für Wirtschaft FHNW Katrin Welge, Hochschule für Angewandte Psychologie FHNW

Anforderungsprofil Unternehmensentwickler/in

Ein allgemein gültiges Pflichtenheft für Corporate Development Manager gibt es nicht. Genau so wenig, wie es ein einziges für Unternehmer/innen, Forschungsleiter/innen oder Verkaufsdirektor/innen gibt. Aber es gibt so etwas wie ein typisches Profil, wie das folgende Inserat zeigt:

Manager Corporate Development (m/w)

Die Firma ABC-Services ist das strategische Kernunternehmen, das durch die Neuausrichtung des Konzerns entsteht. Für unseren Bereich Corporate Development suchen wir in Leimenstadt ab sofort Unterstützung in Vollzeit.

Ihre Aufgaben und Verantwortlichkeiten

- Planung und Steuerung von strategischen Planungsprozessen zusammen mit anderen Zentralfunktionen und operativen Geschäftsfeldern
- Durchführung von strategischen Analysen, basierend auf der Beurteilung von Markttrends und generellen Finanzdaten
- Erstellung von Bewertungsmodellen sowie unterschiedliche Szenariobetrachtungen für Akquisitionsobjekte
- Verantwortungsübernahme bei der Koordination und Durchführung von Due-Diligence-Prozessen und Teilnahme an den nachfolgenden Akquisitionsverhandlungen
- Issue-Management
- Beratung der operativen Geschäftsfelder bei der Erarbeitung von Geschäftsfeldstrategien sowie in strategischen Fragestellungen
- Verantwortung für Entwicklungs (Teil-)Projekte z.B. im Bereich Mergers & Acquisitions
- Enger Austausch mit den operativen Geschäftseinheiten
- Kommunikationsmanagement mit allen Beteiligten, insbesondere mit der obersten Leitung
- Leitung von organisationsweiten Sonderprojekten

Ihr Profil

- Studium der Betriebsökonomie oder entsprechende Berufserfahrung mit organisationspsychologischer Zusatzqualifikation (z. B. EMBA, MAS)
- Mehrere Jahre betriebliche Erfahrung, auch in leitender Funktion
 - Interesse für eine interdisziplinäre Perspektive bei strategischen Fragen und deren Umsetzung
 - Organisationsstarke/r und belastbare/r Analytiker/in
 - Erfahrungen im Management von funktionsübergreifenden betrieblichen Einzelaufgaben (Projektmanagement)
 - Hohe Sensibilität im Kontakt mit den operativen Bereichen des Unternehmens sowie bei Akquisitionsprojekten
 - Fähigkeit, rollenadäquat aufzutreten und zu kommunizieren
 - Fähigkeit, Arbeitsgruppen und andere Teams zielgerichtet zu führen, zu moderieren und zu beraten.

Wenn wir Ihr Interesse geweckt haben, senden Sie bitte Ihre aussagekräftigen Bewerbungsunterlagen unter Angabe Ihrer Gehaltsvorstellungen und Ihres frühestmöglichen Eintrittstermins an: bewerbungen@abc.com

Studienziele

Die Teilnehmenden erwerben die erforderlichen interdisziplinären Fähigkeiten (integrierte Fach-, Handlungs- und Sozialkompetenzen), welche die Initialisierung, Steuerung und erfolgreiche Umsetzung von Entwicklungsprojekten in Unternehmen und Organisationen erwiesenermaßen erst ermöglichen. Durch den Transfer dieses Know-hows wird in den Unternehmen und Organisationen der Teilnehmenden eine dauerhafte Corporate Development-Kompetenz aufgebaut.



Das Studium vermittelt Ihnen insbesondere folgende Kompetenzen:

Kompetenzen zur zielorientierten und nachhaltigen Unternehmensführung

Sie verfügen nach dem Studium über das notwendige Wissen in Betriebs- und Volkswirtschaft, in Strategischem Management und Wirtschaftspsychologie, um angemessene Lösungen entwickeln zu können. Sie erkennen den Handlungsbedarf und können die nötigen Ziele setzen.

Kompetenzen zur wirksamen Gestaltung umfassender Entwicklungs- und Veränderungsprozesse

Sie bewerten Chancen und Herausforderungen betrieblicher Situationen nach wirtschaftlichen und organisationspsychologischen Kriterien und nutzen sie für eine zukunftsfähige Umsetzung. Sie erweitern Ihre Kenntnisse in Umfeld- und Unternehmensanalyse sowie Strategieentwicklung, -umsetzung und deren Evaluation.

Kompetenzen zur Selbstreflexion und Übertragung in Ihren Arbeitsalltag

Sie reflektieren Ihre persönlichen Herausforderungen, setzen sich themenspezifisch mit den Forschungserkenntnissen von Wirtschaft und Psychologie auseinander und leiten hieraus konkrete Handlungsmöglichkeiten ab. Sie vernetzen sich mit anderen erfahrenen Projektverantwortlichen und Führungskräften und üben sich in interdisziplinärem Denken.



Zielpublikum und Zulassungsbedingungen

Zielpublikum

Der MAS Corporate Development richtet sich an Führungskräfte, Projektverantwortliche und Consultants aus internationalen Konzernen und KMU aller Branchen, aus der Verwaltung sowie von Non-Profit-Organisationen, die in entscheidenden Funktionen an Strategie- und Entwicklungsprozessen beteiligt sind, diese steuern und beeinflussen.

Das Programm eignet sich sowohl für Personen, die schon eine Führungsaufgabe wahrnehmen, wie auch für Personen, die eine solche Aufgabe anstreben.

Bei der Zusammenstellung der Ausbildungsgruppe ist eine möglichst hohe Heterogenität unter den Studierenden erwünscht. Denn deren unterschiedliche Berufs- und Ausbildungsbiografien sowie Praxiserfahrungen befruchten den Unterricht und steigern den Lernerfolg.

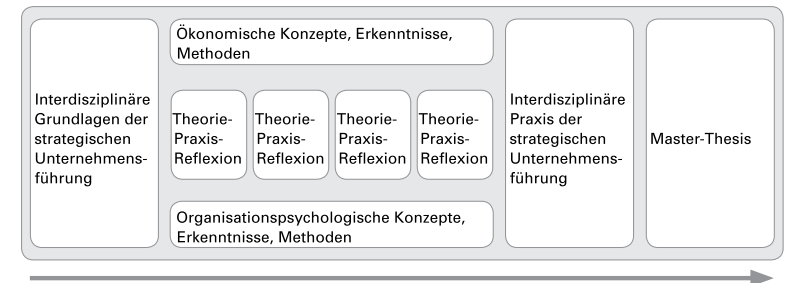
Zulassungsbedingungen

Voraussetzung für die Zulassung ist ein abgeschlossenes Hochschulstudium (Uni, ETH, FH) sowie eine Berufstätigkeit von 5 Jahren. Zugelassen werden Absolventinnen und Absolventen aller Fachrichtungen. Es steht eine beschränkte Anzahl Plätze für Interessentinnen und Interessenten mit anderen Ausbildungen und Berufsbiografien zur Verfügung. Englischkenntnisse werden vorausgesetzt.



Konzept, Umfang und Struktur des Studiums

Der MAS in Corporate Development schafft den Bezug zur unternehmerischen Praxis. Zur Vermittlung des wissenschaftlich gestützten Fachwissens werden moderne und zielgruppengerechte Lehr- und Lernmethoden eingesetzt. Dazu zählen Inputs und Beispiele aus der Praxis, Planspiele (Living Cases), ein supervidiertes Lernprojekt im eigenen Unternehmen und das Erstellen von Business Cases. Durch den Einsatz von Blended Learning werden Selbststeuerung und Zeitautonomie in individuellen und gruppenbezogenen Lernprozessen erhöht. Der Wissens- und Erfahrungsaustausch unter den Teilnehmenden wird systematisch unterstützt.



Studienfächer

Basis Corporate Development

Nr.	Modul	Kurse	Tage	ECTS
M 1	Einführung ins Studium	- 1.1 Start als Studiengruppe	1	1
		- 1.2 Planspiel Unternehmensentwicklung	2	
M 2	Propädeutikum	- 2.1 Lernbegleitung	4	6
		- 2.2 Präsentation und Austausch	2	
M 3	Reflexion und Praxistransfer	- 3.1 Theorie-Praxis-Reflexion 1	2	4
		- 3.2 Theorie-Praxis-Reflexion 2	2	
		- 3.3 Theorie-Praxis-Reflexion 3	2	
		- 3.4 Theorie-Praxis-Reflexion 4	2	

Ökonomische Konzepte

Nr.	Modul	Kurse	Tage	ECTS
M 4	Die Unternehmung im strategischen Kontext	- 4.1 Strategische Unternehmensführung (Strategieprozess); Unternehmens- und Umweltanalyse	2	4
		- 4.2 Strategieentwicklung; (Unternehmens- und Geschäftsstrategie); Strategieumsetzung	2	
		- 4.3 Die Balanced Score Card	1	
M 5	Die Unternehmung im globalen Umfeld	- 5.1 Wettbewerbsfähigkeit von Ländern, Regionen, Unternehmen	2	4
		- 5.2 Analyse der Wettbewerbsfähigkeit auf internationaler, nationaler und regionaler Ebene	2	
M 6	Kooperationen und Internationale Strategien	- 6.1 Internationale Strategien	2	4
		- 6.2 Kooperationen und Netzwerke	2	

Wirtschaftspsychologische Konzepte

Nr.	Modul	Kurse	Tage	ECTS
M 7	Führung und Zusammenarbeit	- 7.1 Führung und Führungsverständnis	2	4
		- 7.2 Kooperation und Konkurrenz	1	
		- 7.3 Motivation und Anreizsysteme	1	
		- 7.4 Medien- und Technikeinsatz	1	
M 8	Veränderungsgestaltung in Unternehmen	- 8.1 Effiziente Organisationsstrukturen, Organisationales Lernen	2	4
		- 8.2 Umgang mit Unsicherheit und Instabilität	1	
		- 8.3. Widerstand und Konflikt, Vertrauen und Macht	1	
		- 8.4 Wissensmanagement	1	
M 9	Organisationspsychologie des Strategieprozesses	- 9.1 Unternehmensvision und -mission	2	4
		- 9.2 Werte und Wertewandel	1	
		- 9.3 Entscheidungstheorien- und Prozesse	1	

Interdisziplinäre Unternehmensentwicklung

Nr.	Modul	Kurse	Tage	ECTS
M 10	Interdisziplinäre Kurse	- 10.1 Business Case	10	10
		- 10.2 Interdisziplinäre Fallstudien (Co-Teaching)		
M 11	Master-Thesis	- 11.1 Wissenschaftliches Arbeiten	nach Bedarf	15
		- 11.2 Bearbeitung Master-Thesis		
Total			ca. 60	60

Modulziele und -inhalte

Modul 1: Einführung ins Studium

Start als Studiengruppe und Unternehmensplanspiel

Mit den grundlegenden Anforderungen des Studiengangs vertraut werden (Strukturen, Prozesse). Wesentliche Zusammenhänge (Ursachen des Unternehmenserfolgs, Entscheidungen und Folgen) verstehen.

Modul 2: Propädeutikum

Lernbegleitung, Präsentation und Austausch

Erwerb von grundlegendem Fachwissen im Hinblick auf Entwicklungen und Veränderungen innerhalb und im Umfeld der Unternehmung. Zusammenhänge verstehen, Denkprozesse nachvollziehen, entscheidende Fragen stellen können, ohne Anspruch, spezialisiertes Wissen zu erwerben.

Modul 3: Reflexion und Praxistransfer

Reflexion und Transfer in die Praxis

Die Reflexionstage verteilen sich auf das gesamte Studium und haben zum Ziel, das Lernen der Studierenden zu unterstützen und den Gedankenaustausch zu fördern. Die Reflexionstage dienen explizit dem Ziel, Wege und Formen des optimalen Transfers des Gelernten vom Lernort an den Arbeitsort zu entwickeln.

Modul 4: Die Unternehmung im strategischen Kontext

Strategische Unternehmensführung, Unternehmens- und Umweltanalyse

Kenntnisse über die grundlegenden Elemente eines Strategieprozesses sind eine wichtige Voraussetzung, um das Ziel der strategischen Führung zu erreichen: Erfolgspotenziale aufbauen und erhalten, «das Richtige tun».

Finanzen, Ressourcen und Kompetenzen bzw. Fähigkeiten eines Unternehmens beeinflussen dessen Wettbewerbsposition und Entwicklungspotenzial. Im ressourcenorientierten Ansatz der Strategieentwicklung ist eine sorgfältige Analyse der Stärken und Schwächen für strategische Entscheidungen ausschlaggebend.

Veränderungen in der Umwelt sind ein wesentlicher Treiber der Unternehmensentwicklung. Eine gezielte und fokussierte Analyse der relevanten Umweltfaktoren bildet daher die Grundlage einer strategischen Positionierung.

Strategieentwicklung (Unternehmens- und Geschäftsstrategie); Strategieumsetzung

Eine klare Unterscheidung ist Voraussetzung für eine gezielte Unternehmensentwicklung. Inwiefern können generische Grundstrategien die Strategieentwicklung erleichtern?

Der Prozess der Strategieentwicklung verläuft nicht linear. Für die Praxis ist die Unterscheidung von geplanten und ungeplanten Strategien bedeutsam.

Die Balanced Score Card

Diese Methode hat in den letzten Jahren eine erhebliche Popularität erlangt. Welche Rolle spielt sie bei der Strategieumsetzung?

Modul 5: Die Unternehmung im globalen Umfeld

Wettbewerbsfähigkeit von Ländern, Regionen, Unternehmen

Der Erfolg von Unternehmen ist nicht nur von deren eigener Strategie abhängig. Auch in einer globalisierten Wirtschaft wirken sich lokale Standortfaktoren erheblich auf die Wettbewerbsfähigkeit aus.

Analyse der Wettbewerbsfähigkeit auf internationaler, nationaler und regionaler Ebene

Erst eine sorgfältige Analyse der vorhandenen Wettbewerbsfähigkeit auf den genannten Ebenen ermöglicht es einer Unternehmung, die eigene Wettbewerbsposition realistisch einzuschätzen und eine Wettbewerbsstrategie auf der Basis der vorhandenen Wettbewerbskräfte zu entwickeln.

Modul 6: Kooperationen und Internationale Strategien

Internationale Strategien

Sie folgen eigenen Gesetzen und erfordern ein systematisches Vorgehen bei der Situationsanalyse und der Strategieentwicklung.

Kooperationen und Netzwerke

Sie spielen in einer hoch spezialisierten Welt eine zunehmend wichtige Rolle. Nicht nur Wettbewerb (competition) treibt die Unternehmensentwicklung, sondern auch Kooperation (co-opetition, Unternehmensnetzwerke).

Modul 7: Führung und Zusammenarbeit

Führung und Führungsverständnis

Aktuelle Führungskonzepte sind kritisch zu hinterfragen, weil Führung heute immer weniger als Aufgabe einzelner (im Organigramm identifizierbarer) Personen zu verstehen ist.

Kooperation und Konkurrenz

Wie man mit Wettbewerbern gleichzeitig kooperieren und konkurrieren kann, ist anhand von unterschiedlichen Kooperationsmodellen zu verstehen. Umsetzung und Auswirkungen von Kooperation und Konkurrenz sind wesentliche Aspekte der Strategieentwicklung.

Motivation und Anreizsysteme

Strategien zur Anreizgestaltung in Teams und Gruppen werden aufgezeigt und förderliche sowie hinderliche Effekte der Anreizgestaltung identifiziert. Hierbei sind die Möglichkeiten und Barrieren der praktischen Umsetzung von Anreizstrategien in Teams zu beachten.

Medien- und Technikeinsatz

Eine arbeits- und organisationspsychologische Sichtweise auf die Entwicklung und Einführung neuer Medien bzw. neuer Informations- und Kommunikationstechnologien: Welche Aspekte bei der Anwendung und bei der Einführung neuer technischer Systeme zu beachten sind und wie Kommunikationstechnologien neue Formen der Zusammenarbeit unterstützen.

Modul 8: Veränderungsgestaltung in Unternehmen

Effiziente Organisationsstrukturen/Organisationales Lernen

Organisationspsychologische Gestaltungsarbeit bedeutet effiziente Organisationsstrukturen, Zielkongruenz zwischen Mitarbeitenden und Unternehmen sowie die Klärung der Rollenerwartungen und ihre Beeinflussung durch die Organisationsstruktur. So kann eine effiziente Organisationsgestaltung als Folge der erreichten Bedürfniserfüllung betrachtet werden.

Umgang mit Unsicherheit und Instabilität

Ein Unternehmen ist ein offenes, komplexes System, in dem Veränderung als Krise und Chance zu begreifen ist. Instabilität ist infolgedessen als eine Gestaltungsaufgabe anzusehen, bei der mit komplexer Dynamik, zum Beispiel der Eigendynamik im Unternehmen, umzugehen ist.

Widerstand und Konflikt, Vertrauen und Macht

Systemimmanente Spannungen wirken als Grundlage von Veränderungen. Unterschiedliche Handlungsentwürfe und Verteilungskämpfe können Konfliktsache sein. Ein zielführender Umgang mit Widerstand und Konflikten ist notwendig und die Konsequenzen für die Unternehmenskultur gilt es zu erkennen.

Wissensmanagement

Es gibt Voraussetzungen, Rahmenbedingungen und Faktoren, die entscheidend für ein erfolgreiches Wissensmanagement im Hinblick auf Veränderung sind. Hierzu finden sich Strategien und praxiserprobte Instrumente im Umgang mit Wissen. Der Mensch im Unternehmen, aber auch die Kultur des Unternehmens spielen dabei eine wesentliche Rolle.

Modul 9: Organisationspsychologie der Strategieprozesse

Unternehmensvision und -mission

Standortbestimmung und Visionsbildung sind für eine wirksame Unternehmensentwicklung zentrale Momente. Die gemeinsame Unternehmensvision ist emotionale Basis und Leitidee für die Zukunft. Missionsaspekte sind in diesem Zusammenhang handlungsleitende Maxime und konkreter Verhaltensstandard.

Werte und Wertewandel

Werte und Einstellungen beeinflussen das Verhalten von Menschen in der Arbeit. Hieraus resultieren positive und negative Auswirkungen auf die Strategieentwicklung. Auch kann die Unterschiedlichkeit der Werte, ihre Diversitätsdimensionen als Potenzial für eine innovative Strategieentwicklung genutzt werden.

Entscheidungstheorien und -prozesse

Es gilt zu erkennen, warum wir entscheiden, wie wir entscheiden. So können wir das Verhalten von Stakeholdern und Kunden hinterfragen und beeinflussen. Mittels Entscheidungspsychologie und -strategie können Stakeholder beeinflusst werden.

Leistungsnachweise und Studienabschluss

Modul-Leistungsnachweise

Im Laufe des Studiums müssen vier Leistungsnachweise erbracht werden:

Modulgruppe	Art Leistungsnachweis	Prädikate
M2 Propädeutikum	Präsentation	bestanden/nicht bestanden + qualitative Rückmeldung
M4 – M9 Ökonomische und	Mündliche Prüfung psychologische Konzepte	Benotung + qualitative Rückmeldung
M10 Interdisziplinäre Fallstudie	Präsentation des eigenen schriftlich dokumentierten Falls	bestanden/nicht bestanden + qualitative Rückmeldung
M11	Studienarbeit Master-Thesis	Benotung + Expertenbericht

Bei ungenügender Leistung kann die entsprechende Prüfung inkl. Masterarbeit einmal wiederholt werden.

Master-Thesis

Die Master-Thesis dient als Reflexionsmedium über konkrete Problemstellungen aus der beruflichen Praxis. Sie dokumentiert unternehmensentwicklerisches Wissen und die Fähigkeit zur wirkungsvollen Anwendung dieses Wissens. Sie ist die wissenschaftliche Ausarbeitung eines dem Studiengang entsprechenden Themas und zeigt, dass dieses auch in der Praxis umgesetzt werden kann. Gruppensupervision und Einzelcoachings unterstützen die Teilnehmerinnen und Teilnehmer.

Als Vorbereitung für die Masterarbeit können Methodenkurse zur wissenschaftlichen Arbeitsweise besucht werden. In diesen Kursen erhalten die Studierenden Einblick in das wissenschaftliche Arbeiten und erlernen so das methodische Handwerkszeug, um für die Masterarbeit gerüstet zu sein. Der Besuch der Kurse wird insbesondere Studierenden empfohlen, welche über keinen Hochschulabschluss verfügen.

Studienabschluss

Erfolgreiche MAS-Absolventinnen und -Absolventen erhalten ein Diplom, das sie – gestützt auf die eidgenössische Anerkennung – berechtigt, den Titel «Master of Advanced Studies FHNW in Corporate Development» zu tragen.

Voraussetzungen für die Diplomierung sind:

- der Nachweis eines ausreichenden Unterrichtsbesuches (80 Prozent Präsenz)
- erfolgreicher Abschluss aller Module
- erfolgreicher Abschluss der Masterarbeit



Gründe für den MAS Corporate Development

«Meine Wahl für den MAS CoD fiel aufgrund der gleichwertigen Berücksichtigung der ökonomischen und arbeitspsychologischen Aspekte in der Personal- und Unternehmensentwicklung. Der Umgang mit diesem klassischen Spannungsfeld ist, meiner Meinung nach, eine der grössten Herausforderungen in der Beratungs- und Führungstätigkeit.»

Andreas Mollet,
Geschäftsführer INOLUTION und
Berater im Kompetenz-Management.

«Die interdisziplinäre Weiterbildung MAS Corporate Development gibt mir die Möglichkeit, meine fundierten HR-Kenntnisse sowohl mit betriebswirtschaftlichen wie auch psychologischen Aspekten zu ergänzen. Diese neu erworbene Kompetenz kann ich bei der täglichen Arbeit aber auch bei der Gestaltung umfassender Entwicklungsprozesse im Unternehmen bestens anwenden. Insbesondere das Co-Teaching der Case Studies wird für mich hierbei sehr nützlich sein.»

Sonya Schürmann,
Bereichsleiterin Human Resources Management,
Schutz & Rettung Zürich

«Meine Entscheidung für den MAS CoD Corporate Development liegt in der einmaligen Kombination von Wirtschaft und Psychologie in einem Lehrgang. Diese Ausbildung soll mir helfen mein naturwissenschaftliches Wissen zu ergänzen. Im speziellen interessiert mich, wie wirtschaftliche Ziele mit Menschen erfolgreich und nachhaltig erreicht werden können.»

Dr. Christian Wilda,
Dipl. Ing. Agr. ETH,
Forschungsinformatik,
Syngenta Crop Protection AG

Lehren und Lernen

Das Lehr- und Lernkonzept des MAS Corporate Development CoD dient dem Aufbau der integrierten Fach-, Sozial- und Handlungskompetenz:

- Die hohe Anwendungsorientierung ermöglicht einen direkten Wissenstransfer in die unternehmerische Praxis
- Die Grenze zwischen der Ausbildung und der beruflichen Praxis ist durchlässig.
- Fragestellungen aus dem Praxisalltag werden in die Ausbildung eingebracht und unter Anleitung reflektiert
- Das Gelernte kann in der Praxis unmittelbar angewendet werden

Die methodische und didaktische Umsetzung dieses Anspruchs erfolgt mittels:

- *Inputs* durch Fachexpertinnen und -experten zur Vermittlung des relevanten theoretischen Grundlagen- und Vertiefungswissens
- *Austauschlernen* unter den Teilnehmenden, die Wissen, Erkenntnisse und Erfahrungen aus unterschiedlichen Bildungs- und Arbeitsbiografien einbringen
- Arbeiten in *unterschiedlichen Gruppenkonstellationen* (Lerngruppen, Supervisionsgruppen, ad hoc-Gruppen)
- Präsenz- und *Distanzlernen* (inkl. *Blended Learning*)
- Problemdiagnose und Lösungskonzeption an *praktischen Beispielen* (Case Studies, Living Cases)
- Planspiel
- Arbeit an einem *realen Projekt* in der eigenen Unternehmung/Organisation mit interdisziplinärem Co-Teaching
- *Projektsupervision* (in Gruppen)
- Beiträge von Vertretern und Vertreterinnen aus Firmen und anderen Organisationen
- Angewandtes *wissenschaftliches Arbeiten*

Studienort

Olten

Die Unterrichtsräume der Hochschule befinden sich in einem modernen Gebäude mit zweckmässig eingerichteten Unterrichts- und Gruppenräumen. Die Studierenden haben Zugang zu einer umfangreichen Bibliothek sowie zu einer Cafeteria mit Wintergarten und Sommerterrasse. Die Hochschulen in Olten sind dank ausgezeichneter verkehrstechnischer Lage mit privaten und öffentlichen Verkehrsmitteln für Studierende aus der ganzen Schweiz in kurzer Reisezeit erreichbar.

Reisezeiten

	Reisezeiten Bahn	Reisezeiten Auto	Distanzen
Basel–Olten	25 Minuten	35 Minuten	46 km
Bern–Olten	26 Minuten	49 Minuten	67 km
Biel–Olten	32 Minuten	50 Minuten	62 km
Luzern–Olten	33 Minuten	39 Minuten	54 km
Zürich–Olten	31 Minuten	55 Minuten	65 km

Die Schulgebäude der Hochschulen in Olten sind vom Hauptbahnhof in 8 Gehminuten erreichbar. Im Hauptschulgebäude steht den Studierenden ein kostenpflichtiges Parkhaus zur Verfügung (CHF 8.– pro Tag).

Studiengangleitung und Gebühren

Gesamtleitung

Prof. Dr. Arie Verkuil
Fachhochschule Nordwestschweiz FHNW
Hochschule für Wirtschaft
Institut für Unternehmensführung IfU

Studienleitung

Prof. Dr. Ruedi Käch
Fachhochschule Nordwestschweiz FHNW
Hochschule für Wirtschaft
Institute for Competitiveness and Communication ICC
ruedi.kaech@fhnw.ch

Katrin Welge, lic. phil., Managementberaterin
Fachhochschule Nordwestschweiz FHNW
Hochschule für Angewandte Psychologie
Institut für Kooperationsforschung und -entwicklung ifk
katrin.welge@fhnw.ch

Hauptdozentinnen und -dozenten

- Prof. Dr. Peter Abplanalp, Hochschule für Wirtschaft FHNW
- Prof. Dr. Christoph Clases, Hochschule für Angewandte Psychologie FHNW
- Prof. Dr. Michael Dick, Hochschule für Angewandte Psychologie FHNW
- Prof. Dr. Katrin Fischer, Hochschule für Angewandte Psychologie FHNW
- Prof. Dr. Roman Lombriser, Hochschule für Wirtschaft FHNW
- Prof. Dr. Oliver Rack, Hochschule für Angewandte Psychologie FHNW
- Prof. Dr. Lutz von Rosenstiel, Ludwig-Maximilians-Universität München
- Prof. Dr. Theo Wehner, ETH Zürich

und weitere Dozierende aus der Praxis und anderen Hochschulen

Anmeldung

Studiensekretariat

Simone Rohrer
Fachhochschule Nordwestschweiz
Hochschule für Angewandte Psychologie FHNW
Riggenbachstrasse 16
4600 Olten
T +41 62 286 03 01
simone.rohrer@fhnw.ch
www.interdisziplinaere-unternehmensentwicklung.ch

Gebühren

Die Studiengebühr beträgt CHF 29 500.– und ist in vier Raten innerhalb von 30 Tagen nach Rechnungsstellung zahlbar. Nicht eingeschlossen sind die Kosten für Unterkunft, Verpflegung, Mobilität, Kopien u. a. Ebenfalls ausgeschlossen von der Studiengebühr sind die Kosten für eine allfällige Teilnahme an den Methodenkursen.

Anmeldung

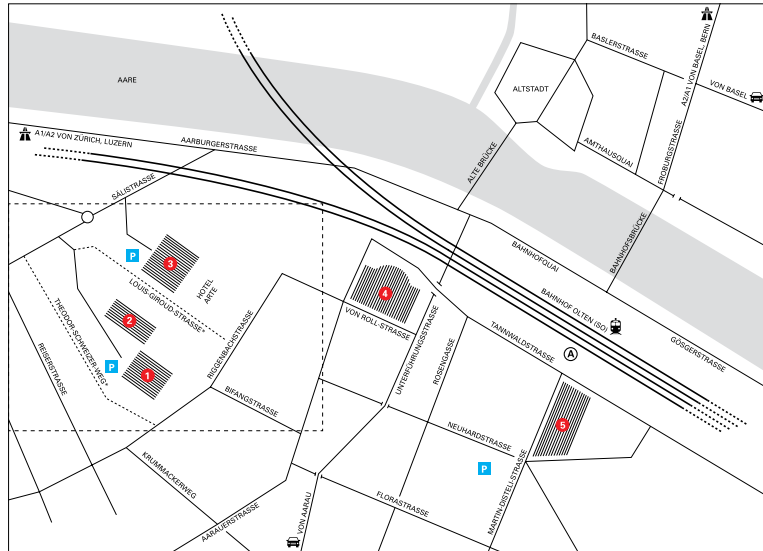
Die Anmeldung zum Studium erfolgt mit dem offiziellen Anmeldeformular im Anhang (zu beziehen auch beim Studiensekretariat oder über www.fhnw.ch). Erfüllen Studieninteressierte die Aufnahmekriterien, werden sie zu einem Aufnahmegespräch eingeladen. Aufgrund ihrer Vorkenntnisse und individuellen Weiterbildungsbedürfnisse wird darauf ein persönlicher Vorgehensplan definiert und ein Studienvertrag abgeschlossen.

Pro Studiengang werden maximal 20 Studierende aufgenommen. Sind mehr Bewerbungen vorhanden, erfolgt die Berücksichtigung der Interessentinnen und Interessenten in der Reihenfolge der Anmeldungen.

Bei der Anmeldung sind keine Bewerbungsfristen zu beachten. Die Studienplätze werden laufend vergeben. Aufgrund der limitierten Studienplätze empfiehlt sich eine frühzeitige Anmeldung.



Situationsplan Olten



- 1 Riggerbachstrasse 16
- 2 Halle 20
- 3 Sälipark, Louis-Giroud-Strasse 26
- 4 Tannwaldstrasse 2
- 5 Martin-Disteli-Strasse 15

A Ausgang Fachhochschule/Bifang/Berufsschulen
* Nur Fussweg

Fotografien: Christian Aeberhard
Druck: Dietschi AG, Olten
Mai 2012
© Hochschule für Wirtschaft FHNW
Änderungen vorbehalten.