

Anhang 1 zum Studienplan Master Betriebswirtschaftslehre vom 22.02.2024, in Kraft ab dem 01.08.2024

Im Anhang sind sämtliche Veranstaltungen aufgeführt, die – je nach inhaltlicher Zusammengehörigkeit – gemeinsam ein bestimmtes Fachmodul bilden. Ein Fachmodul gilt dann als bestanden, wenn alle dort aufgeführten Veranstaltungen mit einem genügenden Leistungsnachweis abgeschlossen worden sind.

Bereich Accounting and Finance

Fachmodul Asset Pricing II (12 ECTS) (IFM-FM)

Derivatives	6.0 ECTS
Fixed Income	6.0 ECTS

Fachmodul Corporate Finance (12 ECTS) (IFM-FM)

Advanced Valuation	6.0 ECTS
Financing and Capital Structure	6.0 ECTS

Fachmodul Topics in Asset Management II (12 ECTS) (IFM-FM)

Real Estate Finance	3.0 ECTS
Risk Management	6.0 ECTS
Asset Management für institutionelle Investoren	3.0 ECTS

Fachmodul Financial Analysis and Reporting (13.5 ECTS) (IUC)

Advanced Group Accounting	4.5 ECTS
Financial Statements Analysis and Valuation	4.5 ECTS
International Financial Reporting Standards (IFRS)	4.5 ECTS

Fachmodul Managerial Accounting (13.5 ECTS) (IUC)

Performance Measurement, Evaluation and Incentives	4.5 ECTS
Strategic Management Accounting	4.5 ECTS
Advanced Performance Measurement: Concepts & Cases	4.5 ECTS

Fachmodul Management Science (13.5 ECTS) (IFM-QM)

Combinatorial Optimization	4.5 ECTS
Portfolio Optimization	6.0 ECTS
Projektmanagement und Projektplanung	3.0 ECTS

Fachmodul Applied Analytics (10.5 ECTS) (IFM-QM)

Big Data Analytics	6.0 ECTS
Business Analytics using Excel	4.5 ECTS

Bereich Management**Fachmodul Strategie (12 ECTS) (IMU-U)**

Corporate Strategy	6.0 ECTS
Business Research	6.0 ECTS

Fachmodul Entrepreneurship (12 ECTS) (IMU-U)

Being an Entrepreneur	6.0 ECTS
Corporate Entrepreneurship	6.0 ECTS

Fachmodul Organization (10.5 ECTS) (IOP-O)

Advanced Organization I	6.0 ECTS
Advanced Organization II	4.5 ECTS

Fachmodul Personalmanagement (13.5 ECTS) (IOP-P)

Personalmanagement	6.0 ECTS
Management von Familienunternehmen	3.0 ECTS
Diversity Management und Inklusion	4.5 ECTS

Bereich Marketing**Fachmodul Marketing (13.5 ECTS) (IMU-M)**

Product and Price Management	4.5 ECTS
Communication and Sales Management	4.5 ECTS
International Marketing	4.5 ECTS

Fachmodul Consumer Behavior (10.5 ECTS) (IMU-CB)

Grundprinzipien des Consumer Behavior	6.0 ECTS
Behavior Change	4.5 ECTS

Fachmodul The Marketing Research Toolbox (12 ECTS) (IMU-CB)

Marketing Research	6.0 ECTS
Data Science mit R	6.0 ECTS

Bereich Wirtschaftsinformatik (Information Systems)

Fachmodul Business-Analyse (12 ECTS) (IWI)

Requirements Engineering	6.0 ECTS
Projekt E-Business	6.0 ECTS

Fachmodul Information Resource Management (10.5 ECTS) (IWI)

Information Resource Management	4.5 ECTS
Cases in Information Resource Management	6.0 ECTS

Fachmodul Business Information Services (10.5 ECTS) (IWI)

Informationssysteme im Dienstleistungsbereich	4.5 ECTS
Enterprise-Software-as-a-Service Lab	6.0 ECTS

Fachmodul Digital Business (12 ECTS) (IWI)

Digital Business Transformation	6.0 ECTS
Digital Ecosystems & Individuals	6.0 ECTS

Bereich Mobilität

Internationales Fachmodul (9-13.5 ECTS)

Das «Internationale Fachmodul» besteht aus einer Leistung oder mehreren inhaltlich zusammengehörigen Leistungen, die im Rahmen eines Auslandsemesters an einer anerkannten ausländischen Hochschule absolviert wurden/worden sind. Die Anerkennung und Anrechnung von Studienleistungen ausländischer Hochschulen regelt Art. 58 RSL WISO. Im «Internationalen Fachmodul» werden nur Studienleistungen angerechnet, die keine inhaltliche Äquivalenz zu Lehrveranstaltungen aufweisen, welche bereits einem anderen angebotenen Fachmodulen angehören. Studienleistungen, welche vor Aufnahme eines Studiums an der Universität Bern erbracht wurden, sind nicht ans «Internationale Fachmodul» anrechenbar.