



GERMAN



DESCRIPTIF DE COURS

| | |
|---|---|
| Nom école/site: | HEG Fribourg |
| Domaine | Economie et Services |
| Filière | Bachelor en économie d'entreprise (plein temps et en emploi) |
| Orientation | -- |
| Intitulé du cours | Ad-Venture HEG |
| Intitulé du module | Options principales, S-C |
| Professeur/e | Ayer Jean-Marie (HEG) |
| Nombre de leçons | Max 25 |
| Nombre d'étudiants | illimité |
| Prérequis | - |
| Langue principale d'enseignement | <input checked="" type="checkbox"/> Français <input type="checkbox"/> Allemand <input type="checkbox"/> Anglais <input type="checkbox"/> Autre |
| Compétences visées/ Objectifs généraux d'apprentissage | <p>Capacité de créer une opportunité entrepreneuriale, d'élaborer un plan et de travailler dans un groupe. Accent sur des compétences clés nécessaires à la vie professionnelle actuelle qui sont la créativité, les compétences d'analyse et le pouvoir de convaincre.</p> <p>Le programme s'adresse également à vous si vous avez un projet que vous voulez réaliser concrètement. A ce moment, nous élaborerons avec vous les objectifs à réaliser durant le cours et vous recevrez du coaching.</p> |
| Contenu et formes d'enseignement | <p>Partie I : Idéation Vous apprenez et appliquez une méthodologie pour créer des idées en groupe ayant le même intérêt. A la fin de cette étape, vous êtes dans un groupe qui développera un plan sur l'idée choisie par le groupe. Vous pouvez également proposer au début du cours une idée que vous voulez développer concrètement.</p> <p>Partie II : Préparation d'un plan Nous présentons chaque semaine un thème lié à la création d'un nouveau produit ou service. Chaque équipe travaille ensuite sur le thème et fait progresser son idée de semaine en semaine. Le cours est ainsi constitué d'une partie présentielle et d'une partie flexible dédiée au travail en groupe. Les groupes s'organisent à leur gré pour effectuer le travail.</p> |



| | |
|---|---|
| | Partie III : Présentation Nous vous proposerons des cours de pitching. Vous aurez l'occasion d'utiliser le studio vidéo pour améliorer vos compétences de présentation. Nous vous demandons également de préparer une vidéo de quelques minutes sur votre projet. |
| Modalités d'évaluation et de validation | Evaluation des différentes étapes de votre projet (identification du problème et de la solution, analyse du potentiel financier) et de la présentation finale dont vous choisirez la forme (vidéo, prototypes, etc). Note de groupe avec correction individuelle si nécessaire. |
| Validation linguistique pour les études plurilingues | <input checked="" type="checkbox"/> Français <input type="checkbox"/> Allemand <input type="checkbox"/> Anglais <input type="checkbox"/> Autre |
| Dates et heures de cours | Tous les jeudis du semestre d'automne de 13h45 à 17h05. |



COURSE DESCRIPTION

| | |
|---|---|
| Name of school/Location: | School of Management Fribourg |
| Field of study: | Economics and Services |
| Degree program: | Bachelor in Business Administration (full-time and part-time study) |
| Major: | -- |
| Module description: | Main options, S-C |
| Course description: | Applied Corporate Finance |
| Instructor: | Tuchs Schmid Nils |
| Number of lessons: | 60 |
| Number of students: | unlimited |
| Prerequisites: | - |
| Main language of instruction: | <input type="checkbox"/> German <input type="checkbox"/> French <input checked="" type="checkbox"/> English <input type="checkbox"/> Other |
| Teaching aims / General learning aims: | Students will <ul style="list-style-type: none"> • be familiar with the basic concepts of corporate finance including the company's financing options • be able to analyze and to select investment projects • be able to estimate the cost of capital of a company • understand the principle of real options embedded into many investment projects and understand how the latter can affect the investment decision making process • understand the motivations for mergers, acquisitions or takeovers; analyze and understand the working of the market for corporate control |
| Content and form of instruction: | Basic concepts Time value of money; Financial markets and financial assets, Capital structure; Corporate governance and agency costs (bond holders vs. equity holders) Capital Budgeting Cost of capital estimation; Selection criteria, Cash flow calculation and financial projections; Budgeting, investment and financing decisions Real Options Introduction to derivatives; Option valuation; Real Options and investment decisions |



| | |
|---|---|
| | Merger, Acquisition and Takeover Tender offers and shareholders' role; the free-rider problem; Introduction to the markets for corporate control. The motives for mergers, acquisitions and takeovers; Takeover bids, means of payment and strategy |
| Examination and validation procedures: | Group presentation (case study) and an individual test (open book) |
| Language credits for a multilingual course of study: | <input type="checkbox"/> German <input type="checkbox"/> French <input checked="" type="checkbox"/> English <input type="checkbox"/> Other |
| Course dates and times: | Every Thursday during the Spring semester from 13:45 to 17:05 |



KURSBESCHREIBUNG

| | |
|---|---|
| Name Schule/Standort: | HSW Freiburg |
| Bereich | Wirtschaft und Dienstleistungen |
| Studiengang | Bachelor in Betriebsökonomie (Vollzeit und berufsbegleitend) |
| Vertiefung | -- |
| Bezeichnung des Kurses | Applied Innovation and Market Experimentation Ein praxisbezogener Kurs mit realen wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Beispielen. Während 6 Kurstage arbeiten die Teilnehmer:innen an von ihnen ausgewählten Herausforderungen/Ideen und erlernen mit verschiedenen Innovationsmethoden, wie sie von der Problemerkennung, -exploration und -validierung zu einem echten Lösungsansatz gelangen. Der Kurs bietet allen Teilnehmer:innen die Möglichkeit, fokussiert an einer Innovation zu arbeiten und diese untereinander zu challengen, voranzutreiben und umzusetzen. |
| Bezeichnung des Moduls | Applied Innovation and Market Experimentation |
| Dozierende/r | Marco De Rosa |
| Anzahl Lektionen: | 30 |
| Anzahl Studierende: | Offen |
| Erforderliche Vorkenntnisse: | - |
| Hauptunterrichtssprache: | <input checked="" type="checkbox"/> Deutsch <input type="checkbox"/> Französisch <input type="checkbox"/> Englisch <input type="checkbox"/> Andere |
| Angestrebte Kompetenzen/ Allgemeine Lernziele: | Lernziel: Sie lernen die gängigen Applied Design Thinking Ansätze. Anhand der erlernten Methoden und realen Herausforderungen entwickeln die Studierenden einen Prototypen. Im Zentrum stehen der Kundennutzen, die Kundennähe, Kosteneffizienz, Schnelligkeit sowie Präsentationstechniken. Die Studierenden lernen: <ul style="list-style-type: none">• Was ist applied design thinking und wie wende ich es an?• Design Thinking / Doing Process & Rapid Market Experimentation.• Facilitation.• Was ist ein MVP, PoC, Prototyp?• Eine gemeinsame Innovationssprache.• Präsentationstechniken |
| Inhalt und Form des | Die Teilnehmer:innen arbeiten während 6 Kurstagen an von ihnen |



| | |
|---|---|
| Unterrichts: | ausgewählten gesellschaftlichen/wirtschaftlichen/ etc. Herausforderungen und werden mit verschiedenen Innovationsmethoden, insbesondere der Design Thinking Methode, erste Lösungsansätze erarbeiten. Im Zentrum stehen der Kundennutzen und eine schnelle Umsetzung. Alle Kursinhalte werden anhand von praxisorientierten Beispielen erlernt und angewandt. |
| Prüfungs- und Validierungsmodalitäten: | Prüfungsart: Präsentation der Gruppenarbeit. Unterrichts- und Prüfungssprache: DE |
| Sprachliche Anrechnung für ein mehrsprachiges Studium: | <input checked="" type="checkbox"/> Deutsch <input type="checkbox"/> Französisch <input type="checkbox"/> Englisch <input type="checkbox"/> Andere |
| Kursdaten und -zeiten: | Montag 18.09.2023 von 17.15 bis 21.00 Uhr Montag 25.09.2023 von 17.15 bis 21.00 Uhr Montag 02.10.2023 von 17.15 bis 21.00 Uhr Montag 09.10.2023 von 17.15 bis 21.00 Uhr Montag 16.10.2023 von 17.15 bis 21.00 Uhr Samstag 21.10.2023 von 8.35 bis 11.55 und 13.00 bis 16.20 Uhr (spätester Prüfungstermin) |



COURSE DESCRIPTION

| | |
|---|---|
| Name of school/Location: | School of Management Fribourg |
| Field of study: | Economics and Services |
| Degree programme: | Bachelor in Business Administration (full-time and part-time study) |
| Major: | -- |
| Module description: | Main options, S-C |
| Course description: | Banking & Insurance |
| Instructor: | Tuchs Schmid Nils |
| Number of lessons: | 60 |
| Number of students: | unlimited |
| Prerequisites: | |
| Main language of instruction: | <input type="checkbox"/> German <input type="checkbox"/> French <input checked="" type="checkbox"/> English <input type="checkbox"/> Other |
| Teaching aims / General learning aims: | On successful completion of this course, students will be able to understand the key role of banks in the economic system, the different business models and the regulation standards. After a descriptive overview of the insurance sector, special attention will be devoted to the Swiss social insurance system. |
| Content and form of instruction: | This course provides an introduction to the principles of banking. It examines the issues that come under the broad heading of principles of banking. First, it explains the key economic reasons used to justify the existence of financial intermediaries (and specifically banks). Second, it presents the typical financial structure of the latter, the different markets, products and business models. It also investigates the special nature of banking. An overall description of insurances will be provided. Then the course will focus on the swiss social insurance system. |
| Examination and validation procedures: | Case study group presentation and an individual test (open book) |
| Language credits for a multilingual course of study: | <input type="checkbox"/> German <input type="checkbox"/> French <input checked="" type="checkbox"/> English <input type="checkbox"/> Other |
| Course dates and times: | Every Thursday during the Autumn semester from 13:00 to 16:20 |



COURSE DESCRIPTION

| | |
|---|---|
| Name of school/Location: | School of Management Fribourg |
| Field of study: | Economics and Services |
| Degree programme: | Bachelor in Business Administration (full-time and part-time study) |
| Major: | -- |
| Module description: | Secondary option, S-C |
| Course description: | Data Science for Business Intelligence |
| Instructor: | Leonardo Angelini Silacci Alessandro |
| Number of lessons: | 8 |
| Number of students: | Max. 30 |
| Prerequisites: | Course on statistics |
| Main language of instruction: | <input type="checkbox"/> German <input type="checkbox"/> French <input checked="" type="checkbox"/> English <input type="checkbox"/> Other |
| Teaching aims / General learning aims: | <ul style="list-style-type: none">• Understand the data science process and its usefulness in a business environment.• Learn what “Big Data” is and its influence on the future of business• Learn to assess and compare models based on adequate fit measures.• Learn the fundamentals of data modelling and machine learning based analytics in RapidMiner Studio <u>without coding</u>.• |
| Content and form of instruction: | <ul style="list-style-type: none">• Videorecording lecture and powerpoint slides• Interactive quizzes in class led by the instructors• Hands-on, “Travail dirigé”, for the use of data analysis tools• Provision of optional extra material as multimedia content. |
| Examination and validation procedures: | Written exam with open/closed questions. Language: English. |
| Language credits for a multilingual course of study: | <input type="checkbox"/> German <input type="checkbox"/> French <input checked="" type="checkbox"/> English <input type="checkbox"/> Other |



| | |
|--------------------------------|--|
| Course dates and times: | Monday 04.03.2024 from 17.15 to 20.30 Monday 11.03.2024 from 17.15 to 20.30 Monday 18.03.2024 from 17.15 to 20.30 Monday 25.03.2024 from 17.15 to 20.30 Monday 08.04.2024 from 17.15 to 20.30 Monday 15.04.2024 from 17.15 to 20.30 Monday 22.04.2024 from 17.15 to 20.30 Monday 29.04.2024 from 17.15 to 20.30 |
|--------------------------------|--|



COURSE DESCRIPTION

| | |
|---|---|
| Name of school/Location: | School of Management Fribourg |
| Field of study: | Economics and Services |
| Degree programme: | Bachelor in Business Administration (full-time and part-time study) |
| Major: | -- |
| Module description: | Minor options, S-C |
| Course description: | Business of fashion |
| Instructor: | Darren Sleeman |
| Number of lessons: | 30 |
| Number of students: | - |
| Prerequisites: | |
| Main language of instruction: | <input type="checkbox"/> German <input checked="" type="checkbox"/> French <input checked="" type="checkbox"/> English <input type="checkbox"/> Other Description: |
| Teaching aims / General learning aims: | <p>The course objectives:</p> <ol style="list-style-type: none">1) Interpret the role of fashion in modern society2) Review the global nature of the fashion industry3) Relate how the fashion industry is evolving in response to the growth and challenges of digital channels.4) Analyze the worldwide importance of the sector to the global economy <p>Students will have an overview of the following topics:</p> <ul style="list-style-type: none">-The worldwide economy of the fashion sector-Different types of fashion consumers-Internationalization and marketing strategies-Major fashion labels and their branding strategies-Fashion and luxury-Sustainability and ethical issues in the sector-Branding style from Armani to Zara-Fashion sourcing and distribution-Fashion and online retailing-Digital media |
| Content and form of instruction: | The BUSINESS OF FASHION course proposes an overview of the fashion industry and its multiple brands (this includes fashion, textiles and accessories) from their conception to commercialization |



| | |
|---|--|
| | The course includes lectures, presentations, case studies, videos plus live online talks with fashion entrepreneurs and bloggers. Handouts are in English and French according to the texts used |
| Examination and validation procedures: | Group presentation and written report (80%) |
| Language credits for a multilingual course of study: | <input type="checkbox"/> German <input type="checkbox"/> French <input checked="" type="checkbox"/> English <input type="checkbox"/> Other |
| Course dates and times: | Monday 18.09.2023 from 17.15 to 21.00 Monday 25.09.2023 from 17.15 to 21.00 Monday 02.10.2023 from 17.15 to 21.00 Monday 09.10.2023 from 17.15 to 21.00 Monday 16.10.2023 from 17.15 to 21.00 Saturday 21.10.2023 from 8.35 to 11.55 and 13.00 to 16.20 |



COURSE DESCRIPTION

| | |
|---|---|
| Name of school/Location: | School of Management Fribourg |
| Field of study: | Economics and Services |
| Degree programme: | Bachelor in Business Administration (full-time and part-time study) |
| Major: | -- |
| Module description: | Main Options, Digital Business |
| Course description: | <p>Circular Economy Business Models</p> <ul style="list-style-type: none">• Understanding the characteristics of the circular economy• Determine the strategic potential for success of the circular economy in accordance with digital tools (big data, blockchain etc.)• Describe its importance in the context of business development by using digitized processes• Explain and apply the basic ideas of the circular economy• Recognize the potential applications of the circular economy of products and services such as sharing or gig economy<ul style="list-style-type: none">○ Introduction to the circular economy○ UN Sustainable Goals○ Models of the circular economy7<ul style="list-style-type: none">▪ The linear economic model, circular economy▪ Cradle to Cradle®, Circular Design, Design Circular○ The 7 Rs of the Circular Economy○ Sustainability as a business model○ Policy and circular economy |
| Instructor: | Alfred Mürger / Maurizio Caon / according to the themes third party teachers may be included |
| Number of lessons: | 60 |
| Number of students: | Max. 30 |
| Prerequisites: | - |
| Main language of instruction: | <input checked="" type="checkbox"/> English <input type="checkbox"/> Other |
| Teaching aims / General learning aims: | <ul style="list-style-type: none">• Obtain greater knowledge of the leadership of companies, teams and employees in the context of Circular Economy• Learn to apply different circular economy business models by using digital tools |
| Content and form of instruction: | <ul style="list-style-type: none">• Interactive lesson led by the instructor.• Ev. Mandatory online lessons counted as part of workload.• Powerpoint slides for visual support during class.• Provision of optional extra material as multimedia content. |
| Examination and validation | Written exam with open/closed questions or written report. |



| | |
|---|---|
| procedures: | Language: English |
| Language credits for a multilingual course of study: | <input checked="" type="checkbox"/> English <input type="checkbox"/> Other Description: |
| Course dates and times: | Every Friday Afternoon Fall-Semester |



DESCRIPTIF DE COURS

| | |
|---|---|
| Nom école/site: | HEG Fribourg |
| Domaine | Economie et Services |
| Filière | Bachelor en économie d'entreprise (plein temps et en emploi) |
| Orientation | -- |
| Intitulé du cours | Communication par l'image |
| Intitulé du module | Options secondaires, S-C |
| Professeur/e | Isabelle Dufour |
| Nombre de leçons | 30 |
| Nombre d'étudiants | Max. 15 |
| Prérequis | - |
| Langue principale d'enseignement | <input checked="" type="checkbox"/> Français <input type="checkbox"/> Allemand <input type="checkbox"/> Anglais <input type="checkbox"/> Autre |
| Compétences visées/ Objectifs généraux d'apprentissage | Maîtriser la communication d'un message par l'image. (vidéo) Maîtriser le tournage + montage. Scénariser un message Produire 2 vidéos max 2'30 en fonction du nombre d'étudiants |
| Contenu et formes d'enseignement | L'enseignement est essentiellement basé sur la pratique et est orienté « communication d'entreprise ». L'accent est mis sur « quel est le message ? comment le mettre en image ? » |
| Modalités d'évaluation et de validation | L'évaluation sera faite sur la vidéo « communication externe ». (50% production de la vidéo + 50% message synthétisé) |
| Validation linguistique pour les études plurilingues | <input checked="" type="checkbox"/> Français <input type="checkbox"/> Allemand <input type="checkbox"/> Anglais <input type="checkbox"/> Autre |
| Dates et heures de cours | <u>1^{er} semestre</u> Samedi 04.11.2023 de 9h00 à 15h00 Mercredi 08.11.2023 de 17h15 à 20h30 Mercredi 15.11.2023 de 17h15 à 20h30 Mercredi 22.11.2023 de 17h15 à 20h30 Mercredi 29.11.2023 de 17h15 à 20h30 Mercredi 06.12.2023 de 17h15 à 20h30 Mercredi 13.12.2023 de 17h15 à 20h30 |



2^{ème} semestre

Mercredi 01.05.2024 de 17h15 à 20h30

Samedi 04.05.2024 de 9h00 à 15h00

Mercredi 08.05.2024 de 17h15 à 20h30

Mercredi 15.05.2024 de 17h15 à 20h30

Mercredi 29.05.2024 de 17h15 à 20h30

Mercredi 05.06.2024 de 17h15 à 20h30

Mercredi 12.06.2024 de 17h15 à 20h30



KURSBESCHREIBUNG

| | |
|---|--|
| Name Schule/Standort: | HSW Freiburg |
| Bereich | Wirtschaft und Dienstleistungen |
| Studiengang | Bachelor in Betriebsökonomie (Vollzeit und berufsbegleitend) |
| Vertiefung | -- |
| Bezeichnung des Kurses | Controlling und Revision |
| Bezeichnung des Moduls | Hauptoptionen, S-C |
| Dozierende/r | Rösti Jürg |
| Anzahl Lektionen: | 60 |
| Anzahl Studierende: | unbeschränkt |
| Erforderliche Vorkenntnisse: | - |
| Hauptunterrichtssprache: | <input checked="" type="checkbox"/> Deutsch <input type="checkbox"/> Französisch <input type="checkbox"/> Englisch <input type="checkbox"/> Andere Beschreibung: 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. |
| Angestrebte Kompetenzen/ Allgemeine Lernziele: | Die Studierenden sind für den Teil Controlling in der Lage: <ul style="list-style-type: none"> • 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: <ul style="list-style-type: none"> • 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. |



| | |
|---|--|
| | <ul style="list-style-type: none">• 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 übernehmen. |
| Inhalt und Form des Unterrichts: | <p>Inhalt: Einführung Controlling Target Costing Investment Controlling Whistle Blowing Prozesskostenrechnung Bestimmung eines optimalen Produktionsprogramms Interne Revision Externe Revision</p> <p>Form: Präsenzunterricht Einzel-, Partner- und Gruppenarbeiten Selbststudium Es sind Gastvorträge zu den Themen interne Revision und externe Revision geplant.</p> |
| 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. |
| Sprachliche Anrechnung für ein mehrsprachiges Studium: | <input checked="" type="checkbox"/> Deutsch <input type="checkbox"/> Französisch <input type="checkbox"/> Englisch <input type="checkbox"/> Andere |
| Kursdaten und -zeiten: | Jeden Mittwoch des Frühlingsemesters von 17.15 – 20.30 Uhr |



COURSE DESCRIPTION

CORPORATE RISK MANAGEMENT (CRM)

| | |
|---|---|
| Name of school/Location: | School of Management Fribourg |
| Field of study: | Economics and Services |
| Degree programme: | Bachelor in Business Administration (full-time and part-time study) |
| Major: | -- |
| Module description: | Secondary option, S-C |
| Course description: | Corporate Risk Management (CRM) |
| Instructor: | Tuna Oez, MBA in International Affairs |
| Number of lessons: | 30 |
| Number of students: | Unlimited |
| Prerequisites: | - |
| Main language of instruction: | <input type="checkbox"/> German <input type="checkbox"/> French <input checked="" type="checkbox"/> English <input type="checkbox"/> Other |
| Teaching aims / General learning aims: | <ul style="list-style-type: none"> - Understand the corporate risk management concepts, approaches, methods and techniques. - Students will learn the basics of risk management, through immediately applicable tools in an organization. - Students will learn to set corporate objectives, KPIs, identifying all risks involved as well as analyzing all risks through quantitative and qualitative analysis as per best practices. - Overall expectation is to develop critical decision making by constantly challenging students. - This is a very dynamic, intense and high demanding course. - The course is intended to those who wish to pursue a career in a leadership position, to build their own company or to acquire a key knowledge for decision making. |
| Content and form of instruction: | <ul style="list-style-type: none"> - Theory - Exercises - Scenarios - Individual and group work - Videos - Real-time risk management |
| Examination and validation procedures: | <ul style="list-style-type: none"> - Individual pre-course work/assignments (20%) - Class assignments and participation (30%) - Individual post-course work/assignments (50%) |



| | |
|---|--|
| Language credits for a multilingual course of study: | <input type="checkbox"/> German <input type="checkbox"/> French <input checked="" type="checkbox"/> English <input type="checkbox"/> Other |
| Course dates and times: | Wednesday 21.02.2024 from 17.15 to 20.30 Wednesday 28.02.2024 from 17.15 to 20.30 Wednesday 06.03.2024 from 17.15 to 20.30 Wednesday 13.03.2024 from 17.15 to 20.30 Wednesday 20.03.2024 from 17.15 to 20.30 Wednesday 27.03.2024 from 17.15 to 20.30 Wednesday 10.04.2024 from 17.15 to 20.30 Wednesday 17.04.2024 from 17.15 to 20.30 |



KURSBESCHREIBUNG

| | |
|---|---|
| Name Schule/Standort: | HSW Freiburg |
| Bereich | Wirtschaft und Dienstleistungen |
| Studiengang | Bachelor in Betriebsökonomie (Vollzeit und berufsbegleitend) |
| Vertiefung | -- |
| Bezeichnung des Kurses | Create your future |
| Bezeichnung des Moduls | Nebenoptionen, S-C |
| Dozierende/r | Lukas Schneuwly |
| Anzahl Lektionen: | 30 |
| Anzahl Studierende: | 25 |
| Erforderliche Vorkenntnisse: | Keine |
| Hauptunterrichtssprache: | <input checked="" type="checkbox"/> Deutsch <input type="checkbox"/> Französisch <input type="checkbox"/> Englisch <input type="checkbox"/> Andere In Französisch kann geantwortet werden. |
| Angestrebte Kompetenzen/ Allgemeine Lernziele: | <ul style="list-style-type: none">• 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 <p>Die Studierenden erhöhen ihre Selbst-Leadership-Kompetenz. Dies wird unter anderem gefördert durch die Umsetzung eines persönlichen Projekts.</p> |
| 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: |



| | |
|---|---|
| | <ul style="list-style-type: none">• 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 <p>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.</p> <p>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).</p> |
| Prüfungs- und Validierungsmodalitäten: | Gruppenarbeit |
| Sprachliche Anrechnung für ein mehrsprachiges Studium: | <input checked="" type="checkbox"/> Deutsch <input type="checkbox"/> Französisch <input type="checkbox"/> Englisch <input type="checkbox"/> Andere |
| Kursdaten und –zeiten: | Freitag, 20.10.2023 von 17.15 – 20.30 Uhr Freitag, 03.11.2023 von 17.15 – 20.30 Uhr Freitag, 17.11.2023 von 17.15 – 20.30 Uhr Samstag, 25.11.2023 von 8.35 – 11.55 und 13.00 – 16.00 Uhr Samstag, 09.12.2023 von 8.35 – 11.55 und 13.00 – 16.00 Uhr + 2 Lektionen E-Learning oder Projekte |



DESCRIPTIF DE COURS

| | |
|---|--|
| Nom école/site: | HEG Fribourg |
| Domaine | Economie et Services |
| Filière | Bachelor en économie d'entreprise (plein temps et en emploi) |
| Orientation | -- |
| Intitulé du cours | Créez une publicité de A à Z ! |
| Intitulé du module | Options principales, S-C |
| Professeur/e | Intartaglia Julien |
| Nombre de leçons | 60 |
| Nombre d'étudiants | illimité |
| Prérequis | - |
| Langue principale d'enseignement | <input checked="" type="checkbox"/> Français <input type="checkbox"/> Allemand <input type="checkbox"/> Anglais <input type="checkbox"/> Autre |
| Compétences visées/ Objectifs généraux d'apprentissage | A la fin du cours, l'étudiant-e peut : <ul style="list-style-type: none">• identifier un problème marketing/communication ;• rédiger un brief stratégique (ou plan de travail créatif);• utiliser certaines techniques de brainstorming pour dénicher des concepts ou des idées originales ;• gérer un projet d'une campagne publicitaire de A à Z en passant par toutes les étapes allant de la stratégie marketing, à la stratégie publicitaire pour finir sur la création en publicité ;• vendre un projet/un concept à des chefs d'entreprise. |
| Contenu et formes d'enseignement | <p>Il s'agit d'une expérience concrète de terrain avec des entreprises / organisations qui présentent leur problème de communication dans les premières semaines du cours. Après 1 mois et demi de cours ex-cathedra, l'étudiant-e va travailler sur le plan de travail créatif (et/ou brief stratégique) à partir de documents internes à l'entreprise (rapport d'étude) et suite à l'intervention orale du Directeur, du Responsable marketing/communication de l'organisation en question.</p> <p>L'étudiant-e, en qualité de créatif en publicité, travaille sur toutes les étapes suivantes du processus de création publicitaire : l'écriture d'un synopsis,</p> |



| | |
|---|--|
| | <p>la réalisation du storyboard, la mise en place du tournage pour finir sur le montage du spot publicitaire et la présentation au client.</p> <p>Environ 80% du temps est consacré à la pratique. Les étudiants bénéficient au fur et à mesure d'un coaching personnalisé.</p> <p>Ci-dessous figure le programme détaillé :</p> <ul style="list-style-type: none">• Introduction à la publicité• Les enjeux de la publicité de nos jours• 14 ans de vie derrière un écran de TV, ça marque !• Persuasion consciente vs non conscient : apport des neurosciences et du neuromarketing• Le pouvoir du nudge sur les comportements• La stratégie des moyens : usage du modèle des points de contact• Les acteurs de la publicité (visite d'une agence de publicité importante en Suisse)• La stratégie marketing• La stratégie créative• Les différentes formes de publicité• La publicité comparative• La publicité TV• La publicité digitale (médias sociaux et Youtube)• La publicité print• Les techniques de storyboard• Initiation au logiciel de montage vidéo Final cut Pro X |
| Modalités d'évaluation et de validation | La campagne de communication représente le 100% de la note. |
| Validation linguistique pour les études plurilingues | <input checked="" type="checkbox"/> Français <input type="checkbox"/> Allemand <input type="checkbox"/> Anglais <input type="checkbox"/> Autre |
| Dates et heures de cours | Tous les vendredis du semestre de printemps de 13h45 à 17h05 |



COURSE DESCRIPTION

| | |
|---|--|
| Name of school/Location: | School of Management Fribourg |
| Field of study: | Economics and Services |
| Degree programme: | Bachelor in Business Administration (full-time and part-time study) |
| Major: | -- |
| Module description: | Main options, Digital Business |
| Course description: | Digital Leadership <ul style="list-style-type: none">• Digital Transformation<ul style="list-style-type: none">○ Digital Economy & Society○ Ecosystems○ Change Management○ Future of Work○ Ethics○ Challenges for the strategic management○ Social Impacts○ Intellectual Property○ Data Privacy○ Leadership in the digital age○ Digital process management |
| Instructor: | Alfred Mürger / Maurizio Caon / according to the themes third party teachers may be included |
| Number of lessons: | 60 |
| Number of students: | Max. 30 |
| Prerequisites: | - |
| Main language of instruction: | <input checked="" type="checkbox"/> English <input type="checkbox"/> Other Description: |
| Teaching aims / General learning aims: | <ul style="list-style-type: none">• obtain greater knowledge of the leadership of companies, teams and employees in the context of Digitalization• learn to apply different styles of leadership in different leadership situations |
| Content and form of instruction: | <ul style="list-style-type: none">• Interactive lesson led by the instructor.• Ev. Mandatory online lessons counted as part of workload.• Powerpoint slides for visual support during class.• Provision of optional extra material as multimedia content. |



| | |
|---|---|
| Examination and validation procedures: | Written exam with open/closed questions or written report. Language: English |
| Language credits for a multilingual course of study: | <input checked="" type="checkbox"/> English <input type="checkbox"/> Other Description: |
| Course dates and times: | Every Friday Morning Fall-Semester |



COURSE DESCRIPTION

| | |
|---|---|
| Name of school/Location: | School of Management Fribourg |
| Field of study: | Economics and Services |
| Degree programme: | Bachelor in Business Administration (full-time and part-time study) |
| Major: | -- |
| Module description: | Main options, Digital Business |
| Course description: | Digital Marketing |
| Instructor: | Lukas Schneuwly |
| Number of lessons: | 60 |
| Number of students: | Max. 30 |
| Prerequisites: | - |
| Main language of instruction: | <input checked="" type="checkbox"/> English <input type="checkbox"/> Other Description: |
| Teaching aims / General learning aims: | <ul style="list-style-type: none">• Multichannel Marketing<ul style="list-style-type: none">○ Multichannel Campaigns○ Marketing via Social Media○ Mobile Marketing○ Digital Customer Experience○ SEO/SEA○ Digital Marketing Platforms○ Shitstorm & Reputation Campaigns○• E-Business<ul style="list-style-type: none">○ E-Commerce○ E-Supply Chain |
| Content and form of instruction: | <ul style="list-style-type: none">• Interactive lesson led by the instructor.• Ev. Mandatory online lessons counted as part of workload.• Powerpoint slides for visual support during class.• Provision of optional extra material as multimedia content. |
| Language credits for a multilingual course of study: | <input checked="" type="checkbox"/> English <input type="checkbox"/> Other Description: |
| Course dates and times: | Every Friday Afternoon Spring-Semester |



DESCRIPTIF DE COURS

| | |
|---|---|
| Nom école/site: | HEG Fribourg |
| Domaine | Economie et Services |
| Filière | Bachelor en économie d'entreprise (plein temps et en emploi) |
| Orientation | -- |
| Intitulé du cours | Egalité dans la vie professionnelle |
| Intitulé du module | Options secondaires, S-C |
| Professeur/e | Mathias Rossi |
| Nombre de leçons | 30 |
| Nombre d'étudiants | - |
| Prérequis | - |
| Langue principale d'enseignement | <input checked="" type="checkbox"/> Français <input type="checkbox"/> Allemand <input type="checkbox"/> Anglais <input type="checkbox"/> Autre |
| Compétences visées/ Objectifs généraux d'apprentissage | Connaître et pratiquer les leviers pour favoriser l'égalité en entreprise ; conseils, bonnes pratiques et outils à l'appui. |
| Contenu et formes d'enseignement | Option développée en collaboration avec le bureau de l'égalité et de la famille BEF de Fribourg. Cours, exercices pratiques, études de cas, interventions d'externes, |
| Modalités d'évaluation et de validation | Travaux individuels et de groupes durant l'option |
| Validation linguistique pour les études plurilingues | <input checked="" type="checkbox"/> Français <input type="checkbox"/> Allemand <input type="checkbox"/> Anglais <input type="checkbox"/> Autre |
| Dates et heures de cours | <u>1^{er} semestre</u> Mercredi 20.09.2023 de 17h15 à 20h30 Mercredi 27.09.2023 de 17h15 à 20h30 Mercredi 04.10.2023 de 17h15 à 20h30 Mercredi 11.10.2023 de 17h15 à 20h30 Mercredi 18.10.2023 de 17h15 à 20h30 Samedi 21.10.2023 de 9h00 à 17h00 |



KURSBESCHREIBUNG

| | |
|---|---|
| Name Schule/Standort: | HSW Freiburg |
| Bereich | Wirtschaft und Dienstleistungen |
| Studiengang | Bachelor in Betriebsökonomie (Vollzeit und berufsbegleitend) |
| Vertiefung | -- |
| Bezeichnung des Kurses | Entrepreneurial Strategy & Innovation |
| Bezeichnung des Moduls | Hauptoptionen,S-C |
| Dozierende/r | Aerni Philipp & Wild Pascal |
| Anzahl Lektionen: | 60 |
| Anzahl Studierende: | unbeschränkt |
| Erforderliche Vorkenntnisse: | - |
| Hauptunterrichtssprache: | <input checked="" type="checkbox"/> Deutsch <input type="checkbox"/> Französisch <input checked="" type="checkbox"/> Englisch (komplementäre Literatur und Informationsmaterial zum Unterricht) <input type="checkbox"/> Andere |
| Angestrebte Kompetenzen/ Allgemeine Lernziele: | <p>Moderne internationale Wachstums-Strategien sind gekennzeichnet durch innovatives Vorgehen und ausser der Norm liegenden Inhalten. Die Integration von Innovationen ist ein wesentlicher Erfolgsfaktor, wobei Innovation das Überwinden von Komplexität bedeutet, indem Neuerungen entwickelt, gelenkt und umgesetzt werden.</p> <p>Die Studierenden können:</p> <ul style="list-style-type: none">• Innovative Geschäftsmodelle und unternehmerische Strategien aufzeigen• Die verschiedenen Strategien des Wachstums vergleichen• Die verschiedenen Strategien und Modelle der Internationalisierung verstehen |
| Inhalt und Form des Unterrichts: | <p>Teil 1: Unternehmerische Gelegenheiten Geschäftsidee und Geschäftsmodelle; Blue Ocean Strategy (Arbeit an und mit meinem praktischen Fallbeispiel)</p> <p>Teil 2: Wachstumsstrategien und Internationalisierung Grundlegende Wachstumstheorien und Internationalisierungsmodelle- und Strategien</p> |



| | |
|---|---|
| Prüfungs- und Validierungsmodalitäten: | Prüfung (d): Schriftliche Prüfung/Fallbeispiel/Projektarbeit und Präsentation |
| Sprachliche Anrechnung für ein mehrsprachiges Studium: | <input checked="" type="checkbox"/> Deutsch <input type="checkbox"/> Französisch <input type="checkbox"/> Englisch (komplementäre Literatur und Informationsmaterial zum Unterricht) <input type="checkbox"/> Andere |
| Kursdaten und -zeiten: | Jeden Montag des Herbstsemesters von 8.35 bis 11.55 Uhr |



DESCRIPTIF DE COURS

| | |
|---|--|
| Nom école/site: | HEG Fribourg |
| Domaine | Economie et Services |
| Filière | Bachelor en économie d'entreprise (plein temps et en emploi) |
| Orientation | -- |
| Intitulé du cours | Entrepreneuriat social et d'impact |
| Intitulé du module | Options principales, S-C |
| Professeur/e | Houmard Laurent |
| Nombre de leçons | 60 |
| Nombre d'étudiants | Max. 25 |
| Prérequis | - |
| Langue principale d'enseignement | <input checked="" type="checkbox"/> Français <input type="checkbox"/> Allemand <input type="checkbox"/> Anglais <input type="checkbox"/> Autre |
| Compétences visées/ Objectifs généraux d'apprentissage | <p>L'objectif de ce module est de fournir une compréhension générale de l'entrepreneuriat social et d'impact et des différents types d'organisation et d'approche. L'entrepreneuriat social se réfère à la pratique consistant à combiner l'innovation pour aborder certains de nos problèmes sociaux, économiques et environnementaux les plus difficiles. Le cours examinera l'évolution de la pratique de l'entrepreneuriat qui se concentre sur la transformation des systèmes et des pratiques qui affectent les communautés et les écosystèmes. Le cours met l'accent sur le rôle de l'entrepreneuriat social en tant que nouvel espace stratégique, où l'innovation en matière de produits et de services de pointe et les mécanismes de marché sont mis à profit pour créer un changement positif, qui est de plus en plus considéré comme une puissante alternative aux interventions traditionnelles de la politique sociale, de l'État et du développement</p> <p>Durant le semestre, les étudiant-e-s, en groupe, vont développer un projet d'organisation capable de contribuer à résoudre l'enjeu identifié en proposant une solution spécifique et concrète sous la forme d'un service ou d'un produit.</p> <p>Les étudiants seront capables à la fin du cours de :</p> <ul style="list-style-type: none">• Identifier et expliquer les grands défis sociétaux d'aujourd'hui, leurs causes et conséquences• Comprendre l'histoire et l'émergence de l'entrepreneuriat social• Décrire la vision d'un entrepreneur social et d'expliquer la complexité des |



| | |
|---|--|
| | <p>objectifs et de maintenir une cohérence entre des objectifs sociétaux et économiques</p> <ul style="list-style-type: none">• D'expliquer l'écosystème et la multiplicité des modèles d'affaires possibles• De décrire et analyser comment les entrepreneurs sociaux mobilisent différentes sources de financement et développement des produits et des services basés ou non sur des mécanismes de marché• Comprendre et décrire la création de valeur par le biais de produits, services et/ou processus et le concept d'innovation de valeur dans le contexte de l'entrepreneuriat social• Être capable d'exploiter les outils de management (Porter, PP, BMC, analyse de risque, etc.) appris durant les années d'étude |
| Contenu et formes d'enseignement | <ul style="list-style-type: none">• Introduction générale sur l'entrepreneuriat social et exemples de bonnes pratiques en Suisse et à l'étranger et présentation de l'entrepreneuriat social par l'organisation Ashoka, partenaire de la HEG• Les grands enjeux sociétaux : descriptif, causes et conséquences• Création et développement en groupe d'une organisation proposant de contribuer à un défi sociétal• Intégration et utilisation de nombreux outils acquis dans différents cours de bachelor (en management stratégique, finance, marketing, RH, etc.)• Réflexion sur le développement de la proposition de valeur de son organisation et son positionnement• Concept de modèle d'affaires et de création de valeur sociétale positive• Présentation des enjeux spécifiques organisationnels en termes RH et structure de l'organisation• Présentation du concept de la mesure de l'impact social (sociétal) <p>Forme d'enseignement : Présentation des concepts et théorie Pédagogie interactive (de type classe inversée) Construction progressive de son projet d'organisation Challenges entre groupes Interventions de praticiens et d'experts</p> |
| Modalités d'évaluation et de validation | Création d'une entreprise à impact sociétal positif : vidéo, rapport écrit, challenge soutenance orale (en groupe) et questions/réponses |
| Validation linguistique pour les études plurilingues | <input checked="" type="checkbox"/> Français <input type="checkbox"/> Allemand <input type="checkbox"/> Anglais <input type="checkbox"/> Autre |
| Dates et heures de cours | Tous les lundis du semestre de printemps de 13h45 à 17h05 |



KURSBESCHREIBUNG

| | |
|---|--|
| Name Schule/Standort: | HSW Freiburg |
| Bereich | Wirtschaft und Dienstleistungen |
| Studiengang | Bachelor in Betriebsökonomie (Vollzeit und berufsbegleitend) |
| Vertiefung | -- |
| Bezeichnung des Kurses | Entrepreneurship Competencies |
| Bezeichnung des Moduls | Hauptoptionen,S-C |
| Dozierende/r | Gaudart Raphaël |
| Anzahl Lektionen: | 60 |
| Anzahl Studierende: | unbeschränkt |
| Erforderliche Vorkenntnisse: | - |
| Hauptunterrichtssprache: | <input checked="" type="checkbox"/> Deutsch <input type="checkbox"/> Französisch <input type="checkbox"/> Englisch <input type="checkbox"/> Andere |
| Angestrebte Kompetenzen/ Allgemeine Lernziele: | Die Studierenden sind fähig den Ursprung sowie die Bedeutung von Entrepreneurship widerzugeben, sowie unternehmerische Gelegenheiten und deren Umsetzung wahrzunehmen. Sie kennen die Rolle des Entrepreneurs, des Social Entrepreneurs und des Intrapreneurs. Sie wissen über den Gründungsprozess Bescheid und kennen die wichtigsten Regeln des Geschäftsplans und –models. |
| Inhalt und Form des Unterrichts: | Kurs bestehend aus Theorieteil, Gruppenarbeiten und Präsentation von Unternehmern |
| Prüfungs- und Validierungsmodalitäten: | Sprache : Deutsch Prüfung : 25% Gruppenarbeit/-fallstudie während Semester, inkl. Präsentation 25% selbstreflektierende Berichte während Semester 50% Schriftliche Prüfung am Ende des Moduls |
| Sprachliche Anrechnung für ein mehrsprachiges Studium: | <input checked="" type="checkbox"/> Deutsch <input type="checkbox"/> Französisch <input type="checkbox"/> Englisch <input type="checkbox"/> Andere |
| Kursdaten und –zeiten: | Jeden Montag des Herbstsemesters von 13.45 bis 17.05 Uhr |



COURSE DESCRIPTION

| | |
|---|--|
| Name of school/Location: | School of Management Fribourg |
| Field of study: | Economics and Services |
| Degree programme: | Bachelor in Business Administration (full-time and part-time study) |
| Major: | -- |
| Module description: | Secondary options, S-C |
| Course description: | Ethics & Enterprise |
| Instructor: | Eric Maeder |
| Number of lessons: | 30 |
| Number of students: | Max. 25 |
| Prerequisites: | - |
| Main language of instruction: | <input type="checkbox"/> German <input type="checkbox"/> French <input checked="" type="checkbox"/> English <input type="checkbox"/> Other |
| Teaching aims / General learning aims: | <p>Companies today are facing ever more important ethical challenges: trust in new technologies and the digitalization of services, the fight against all forms of discrimination in the workplace, respect for human rights in purchasing policy or the supply chain, consumers' expectations in terms of sustainability, fair marketing or advertising.</p> <p>By the end of the semester, students should be able:</p> <ul style="list-style-type: none">• To recognize ethical issues, develop an ethical solution framework and design ethical processes• To implement ethical values (trust, fairness, diversity, respect of human rights in the supply chain) in management, HR or marketing and to prevent any type of discrimination or conflict of interest in the workplace.• To understand the purpose and content of codes of conduct and what ethical professional behavior means.• To grasp the ethical issues at stake in emerging technologies (big data and privacy, AI and robotization, biotechnologies, etc.). |



| | |
|---|---|
| Content and form of instruction: | <ul style="list-style-type: none">• Introduction to ethics, values and principles• What is business ethics? Managing ethics in any type of organization. How to prevent discrimination or biases in management or marketing?• Organizational ethics and codes of conduct. Understanding ethical professional behavior and nature of conflict of interest• Ethics of emerging technologies ethics |
| Examination and validation procedures: | Assignments during the semester |
| Language credits for a multilingual course of study: | <input type="checkbox"/> German <input type="checkbox"/> French <input checked="" type="checkbox"/> English <input type="checkbox"/> Other |
| Course dates and times: | Friday 22.03.2024 / 17.15 to 20.30 Saturday 23.03.2024 / 8.35 to 11.55 and 13.00 to 16.20 Friday 26.04.2024 / 17.15 to 20.30 Saturday 27.04.2024 / 8.35 to 11.55 and 13.00 to 16.20 Friday 24.05.2024 / 17.15 to 20.30 Saturday 25.05.2024 / 8.35 to 10.35 |



DESCRIPTIF DE COURS

| | |
|---|--|
| Nom école/site: | HEG Fribourg |
| Domaine | Economie et Services |
| Filière | Bachelor en économie d'entreprise (plein temps et en emploi) |
| Orientation | -- |
| Intitulé du cours | Evolution de la notion de performance dans les organisations |
| Intitulé du module | Options secondaires, S-C |
| Professeur/e | Egger Christophe |
| Nombre de leçons | 30 |
| Nombre d'étudiants | Max 50 |
| Prérequis | -- |
| Langue principale d'enseignement | <input checked="" type="checkbox"/> Français <input type="checkbox"/> Allemand <input type="checkbox"/> Anglais <input type="checkbox"/> Autre Description: cours en français mais possibilité de poser ses questions en allemand ou en anglais. |
| Compétences visées/ Objectifs généraux d'apprentissage | <ul style="list-style-type: none">• Intégrer une vue d'ensemble de l'évolution chronologique de la notion de performance• Rappeler les théories de l'organisation et du management• Comprendre et interpréter l'évolution et la convergence de la performance (multidimensionnelle) dans les organisations• Citer et décrire différents domaines, critères et indicateurs de performance• Appliquer dans un travail de groupe les connaissances acquises• Créer et présenter un outil (Dashboard/tableau de bord) de suivi de performance d'une organisation sélectionnée |
| Contenu et formes d'enseignement | <ul style="list-style-type: none">• La théorie des organisations – Les fondements• Le contrôle de gestion - Les bases• Le management stratégique et le management opérationnel• La théorie de la performance et son évolution• La notion de performance "globale"• La mesure de la performance – Les tableaux de bord• Travail de groupe et présentation |
| Modalités d'évaluation et de validation | Travail de groupe et présentation des résultats |



| | |
|---|---|
| Validation linguistique pour les études plurilingues | <input checked="" type="checkbox"/> Français <input type="checkbox"/> Allemand <input type="checkbox"/> Anglais <input type="checkbox"/> Autre |
| Dates et heures de cours | Vendredi 12.04.2024 de 17h15 à 20h30 Samedi 13.04.2024 de 8h35 à 11h55 et de 13h00 à 16h20 Vendredi 19.04.2024 de 17h15 à 20h30 Vendredi 03.05.2024 de 17h15 à 20h30 Vendredi 17.05.2024 de 17h15 à 20h30 Vendredi 31.05.2024 de 17h15 à 20h30 Vendredi 07.06.2024 de 17h15 à 20h30 |



DESCRIPTIF DE COURS

| | |
|---|--|
| Nom école/site: | HEG Fribourg |
| Domaine | Economie et Services |
| Filière | Bachelor en économie d'entreprise (plein temps et en emploi) |
| Orientation | -- |
| Intitulé du cours | Finance Durable |
| Intitulé du module | Options principales, S-C |
| Professeur/e | Philippe Spicher |
| Nombre de leçons | 60 |
| Nombre d'étudiants | Max. 25 |
| Prérequis | - |
| Langue principale d'enseignement | <input checked="" type="checkbox"/> Français <input type="checkbox"/> Anglais |
| Compétences visées/ Objectifs généraux d'apprentissage | <ul style="list-style-type: none">• Connaître les différentes approches de la finance durable• Identifier les acteurs et décrire l'écosystème de la finance durable• Comprendre les enjeux de la finance durable pour les acteurs du système financier• Connaître le cadre réglementaire et les différentes initiatives qui promeuvent la finance durable• Être capable d'évaluer les caractéristiques ESG/durable et la qualité des fonds de placement ESG/durable• Comprendre les fondamentaux de l'analyse ESG (Environnement, Social, Gouvernance) et son utilisation dans les décisions d'investissement• Expliquer le rôle de la finance dans la lutte contre le changement climatique |



| | |
|---|---|
| Contenu et formes d'enseignement | <p>Première partie – introduction et contexte</p> <ul style="list-style-type: none">- Finance durable – définition(s) et évolution du concept- Historique des pratiques de la finance durable- Marché – état actuel et évolution récente- Acteurs, écosystème : types d'investisseurs, coalitions d'investisseurs, gestionnaires d'actifs, fonds de placement, agences de notation ESG, initiatives multipartenaires associations professionnelles, ONG et Think Tanks- Cadre réglementaire, Suisse et Europe, évolution récente, développements possibles- Défis et enjeux <p>Deuxième partie – approches et pratiques</p> <ul style="list-style-type: none">- Investissement ESG: exclusion, best-in-classe, intégration- Investissement d'impact, private equity, microfinance- Changements climatiques et investissements : empreinte carbone d'un portefeuille, 'décarbonisation' d'un portefeuille, financement de la transition énergétique, green bonds- Financement des Objectifs de Développement Durable : financement d'infrastructures durables, social impact bonds- Dialogue actionnarial et exercice des droits de vote- Performance des investissements ESG <p>Troisième partie – reporting et notation ESG</p> <ul style="list-style-type: none">- Le reporting ESG des entreprises – pratiques actuelles, normes et standards, réglementation- La notation ESG des entreprises – critères, méthodologies, source de données, fournisseurs de notations |
| Modalités d'évaluation et de validation | Etude de cas (dossier et présentation) en groupe, en principe portant sur l'évaluation et la comparaison de fonds de placement durable |
| Validation linguistique pour les études plurilingues | <input checked="" type="checkbox"/> Français <input type="checkbox"/> Anglais |
| Dates et heures de cours | Tous les mardis du semestre d'automne de 17h15 à 20h30 |



DESCRIPTIF DE COURS

| | |
|---|---|
| Nom école/site: | HEG Fribourg |
| Domaine | Economie et Services |
| Filière | Bachelor en économie d'entreprise (plein temps et en emploi) |
| Orientation | -- |
| Intitulé du cours | Finance PME |
| Intitulé du module | Options principales, S-C |
| Professeur/e | Michel Gauthier / Serge Migy |
| Nombre de leçons | 60 |
| Nombre d'étudiants | illimité |
| Prérequis | - |
| Langue principale d'enseignement | <input checked="" type="checkbox"/> Français <input type="checkbox"/> Allemand <input type="checkbox"/> Anglais <input type="checkbox"/> Autre |
| Compétences visées/ Objectifs généraux d'apprentissage | <ul style="list-style-type: none">• Comprendre les mécanismes financiers spécifiques• Connaître les instruments principaux de gestion financière• Être en mesure d'apprécier la situation financière• Savoir gérer une trésorerie (cash management)• Savoir gérer les problèmes financiers liés aux successions• Connaître et savoir maîtriser les aspects fiscaux du financement des entreprises (sociétés individuelles et sociétés de capitaux)• Comprendre les enjeux fiscaux principaux d'une transmission d'entreprise (MBO, vente, etc.)• Comprendre le rôle économique des banques• Connaître les produits hypothécaires et commerciaux des banques• Connaître les garanties possibles ou obligatoires d'un crédit• Être en mesure de présenter une demande de crédit |
| Contenu et formes d'enseignement | <ul style="list-style-type: none">• Ce module sera donné par des professeurs de l'école ainsi que par des professionnels de la banque et d'entreprises.• Des praticiens de PME présenteront des cas pratiques• Le cours sera basé sur les connaissances légales et fiscales ainsi que sur la résolution de cas.• La participation est particulièrement recommandée aux étudiant-e-s qui travaillent ou envisagent de travailler dans une PME familiale. Leur |



| | |
|---|---|
| | expérience sera également intégrée dans le cours. |
| Modalités d'évaluation et de validation | 2 examens écrits ; l'un pour la partie fiscalité, l'autre pour la partie bancaire Une seule note pondérée à 50% par chacun des deux examens précités. Les réponses de l'examen peuvent être rédigées en allemand. |
| Validation linguistique pour les études plurilingues | <input checked="" type="checkbox"/> Français <input type="checkbox"/> Allemand <input type="checkbox"/> Anglais <input type="checkbox"/> Autre |
| Dates et heures de cours | Tous les mardis du semestre de printemps de 17h15 à 20h30 |



COURSE DESCRIPTION

| | |
|---|---|
| Name of school/Location: | School of Management Fribourg |
| Field of study: | Economics and Services |
| Degree programme: | Bachelor in Business Administration (full-time and part-time study) |
| Major: | -- |
| Module description: | Main options, S-C |
| Course description: | Financial Valuation and Investment Strategy |
| Instructor: | Tuchs Schmid Nils |
| Number of lessons: | 60 |
| Number of students: | unlimited |
| Prerequisites: | - |
| Main language of instruction: | <input type="checkbox"/> German <input type="checkbox"/> French <input checked="" type="checkbox"/> English <input type="checkbox"/> Other |
| Teaching aims / General learning aims: | On successful completion of this course, you will be able to <ul style="list-style-type: none">- to understand the basic risk mechanisms underlying the main traditional investments,- to formulate an investment strategy- to understand the importance of the strategy in the investment process,- to know the different possible investment approaches,- to understand the importance of the implementation process of investments. |
| Content and form of instruction: | <p>The objective of this course is to provide students with the necessary tools to formulate an investment strategy, to determine an investment approach and to evaluate the different possibilities of implementing the investments. Before to address these important questions, the first part will be dedicated to present/to review the main risk characteristic of traditional individual investments like bonds and equities.</p> <p>The orientation of this course aims to be resolutely practical. About 50% will be dedicated to practical exercises, realized by means of Excel.</p> |
| Examination and validation procedures: | Group assignment and an individual test (open book) |



| | |
|---|---|
| Language credits for a multilingual course of study: | <input type="checkbox"/> German <input type="checkbox"/> French <input checked="" type="checkbox"/> English <input type="checkbox"/> Other |
| Course dates and times: | Every Thursday during the Spring semester from 08:35 to 11:55 |



COURSE DESCRIPTION

| | |
|---|--|
| Name of school/Location: | School of Management Fribourg |
| Field of study: | Economics and Services |
| Degree programme: | Bachelor in Business Administration (full-time and part-time study) |
| Major: | -- |
| Module description: | Main options, Digital Business |
| Course description: | Fintech & Blockchain |
| Instructor: | Maurizio Caon/Nils Tuchschnid |
| Number of lessons: | 60 |
| Number of students: | Max. 30 |
| Prerequisites: | - |
| Main language of instruction: | <input checked="" type="checkbox"/> English |
| Teaching aims / General learning aims: | <p>Fintech</p> <ul style="list-style-type: none">- Finance and digitalization : an introduction<ul style="list-style-type: none">- The (news) Economics of Information- Mobile technology, BI, Big data and cloud computing, ...- Digitalization, finance and the job market- The example of robo advisors- Sharing economy and financing<ul style="list-style-type: none">- Sharing or gift economy- Platform, peer-to-peer exchange and crowd-based capitalism- The traditional financing options : pros and cons- Crowdfunding and crowdfunding platforms : the new competitors ?- Fintech<ul style="list-style-type: none">- Fintech : a brief introduction- The example of Robo Advisors- The value chain of finance advice- Financial markets and portfolio construction : a brief introduction- Robo advisors : a real threat ?- Blockchain and cryptocurrencies<ul style="list-style-type: none">• The role of money• Currencies and cryptocurrencies• Investing in cryptocurrencies : the example of bitcoin |



| | |
|---|---|
| | <p>Blockchain</p> <ul style="list-style-type: none">– Introduction to the basic principles of the technical structure of the Blockchain technology and develop the competences to reason on its functioning leveraging the advantages while being aware of its limits.– Providing understanding of how legal framework works for business based on Blockchain with particular reference to the Swiss and US systems.– Building the competences for creating new business models that are opportune for business based on Blockchain.– Providing the understanding of pros and cons of cryptocurrencies and the associated risks.– Building competences for the creation of a business leveraging the Blockchain characteristics. |
| Content and form of instruction: | <ul style="list-style-type: none">• Interactive lesson led by the instructor.• Ev. Mandatory online lessons counted as part of workload.• Powerpoint slides for visual support during class.• Provision of optional extra material as multimedia content. |
| Examination and validation procedures: | 3 mandatory assignments + 2 written exams with open/closed questions. Language: English but with possibility to answer in mother tongue. |
| Language credits for a multilingual course of study: | <input checked="" type="checkbox"/> English |
| Course dates and times: | Every Friday Afternoon Fall-Semester |



DESCRIPTIF DE COURS

| | |
|---|---|
| Nom école/site: | HEG Fribourg |
| Domaine | Economie et Services |
| Filière | Bachelor en économie d'entreprise (plein temps et en emploi) |
| Orientation | -- |
| Intitulé du cours | Fundamentals of sustainable business & management I |
| Intitulé du module | Options principales, S-C |
| Professeur/e | Houmard Laurent Divers intervenants |
| Nombre de leçons | 60 |
| Nombre d'étudiants | Max. 20 |
| Prérequis | - |
| Langue principale d'enseignement | <input checked="" type="checkbox"/> Français <input checked="" type="checkbox"/> Anglais |
| Compétences visées/ Objectifs généraux d'apprentissage | <p>Depuis quelques années maintenant, les défis liés aux enjeux climatiques, écologiques et socio-économiques sont devenus centraux dans les agendas des politiques publiques internationales et nationales. Dans ce contexte, le désir de créer une économie mondiale plus inclusive et durable s'est avéré être l'un des dénominateurs communs dans la conception et le lancement des 17 objectifs de développement durable (ODD) en 2015. L'accent mis sur la création d'opportunités économiques pour relever les défis mondiaux en matière de durabilité implique que les entreprises doivent jouer un rôle important dans la mise en œuvre des 17 ODD. L'objectif des ODD de créer une économie responsable et plus inclusive implique que la réglementation seule ne pourra pas sauver la planète ; il faut investir dans des solutions innovantes qui permettent de relever efficacement les défis environnementaux et sociaux. Cette conception de la durabilité est formulée dans l'Agenda pour le développement durable (Agenda 2030), conçu pour mettre en œuvre les 17 ODD et unir les forces pour réaliser ce plan d'action en faveur des personnes, de la planète et de la prospérité.</p> |

| | |
|--|---|
| | <p>Compétences visées Outre des compétences techniques, la capacité à agir dans le domaine de la durabilité nécessite les compétences suivantes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Elaborer un savoir en durabilité en intégrant de nouvelles perspectives de façon ouverte sur le monde • Acquérir des connaissances interdisciplinaires en disposant d'aptitudes professionnelles nécessaires au management et à la prise de responsabilité • Être en mesure d'identifier et d'évaluer les risques, les dangers et les incertitudes et les opportunités • Pouvoir prendre en compte des objectifs contradictoires lors d'une réflexion sur des stratégies d'action <p>A la fin du cours, les étudiants</p> <ul style="list-style-type: none"> • Connaissent les termes, concepts et modèles relatifs au développement durable comme la durabilité faible et forte • Décrivent et analysent à l'aide d'exemples concrets les différents enjeux de la durabilité dans le domaine de l'économie • Comprennent et dérivent la notion de la responsabilité sociale de l'entreprise (RSE) et expliquent les critères d'évaluation de l'intégration ou non de la durabilité en entreprise (indicateurs – audit) • Sont capables d'appliquer des outils permettant d'évaluer et améliorer la performance globale - sociale, environnementale et économique - de l'entreprise et le long de sa chaîne de valeur |
| <p>Contenu et formes d'enseignement</p> | <p>1) Enjeux sociétaux et concept du développement durable</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fresque du climat : Systémique des enjeux • Problématiques et défis planétaires : changement climatique, ressources naturelles, biodiversité, etc. • Historique du développement durable et les 17 ODDs <p>2) Politiques publiques et enjeux économiques</p> <ul style="list-style-type: none"> • Agenda 2030 et la stratégie de la Confédération Suisse • Approches économique et sociale: théorie du Donut (K. Raworth), les limites à la croissance (D. Meadows) <p>3) Analyse et contexte de l'entreprises</p> <ul style="list-style-type: none"> • Entreprise en tant qu'acteur de la durabilité et intégration du management durable en entreprise • Contextualisation de l'approche RSE dans la société actuelle : besoins, freins et accélérateurs. De la durabilité 1.0 à 3.0. • SDG 8 et les entreprises • Sustainable business model - innovation |



| | |
|---|---|
| | <p>4) Sustainable management : diagnostique performance</p> <ul style="list-style-type: none">• Analyse de la performance environnementale et sociale (KPI)• Analyse ESG et mesure des impacts• Bilan carbone – théorie et exemple pratique Conduire un diagnostic bilan carbone en entreprise• Science based Targets initiative – zero net• Analyse de la chaîne de valeur dans le contexte du développement durable y inclus des questions éthiques (droits humains) <p>5) Evaluation RSE/ESG d'une entreprise</p> <ul style="list-style-type: none">• Initiatives nationales en durabilité (STI) et référentiels/ normes associés à la durabilité (ISO, BCorp, etc.)• Techniques de réalisation d'un audit en entreprise• Connaissance des outils d'évaluation de la performance : Ok pilot, ESG2go, BCorp, Ecovadis, etc. <p>NB : Les contenus peuvent subir des modifications, notamment en fonction de l'évolution de l'actualité et du temps disponible.</p> <p>Forme d'enseignement : Présentation des concepts et théorie Approche interdisciplinaire et par résolution de problème Etude de cas et intervention de praticiens et d'experts</p> |
| Modalités d'évaluation et de validation | Analyse de la Durabilité d'une entreprise Réalisation d'un travail en groupe: analyse d'une entreprise en termes d'intégration de la durabilité et rédaction d'un dossier et présentation (Evaluation en groupe et aussi individuel du module). |
| Validation linguistique pour les études plurilingues | <input checked="" type="checkbox"/> Français <input checked="" type="checkbox"/> Anglais |
| Dates et heures de cours | Tous les vendredis matin de 8h35 à 11h55 du semestre d'automne |



DESCRIPTIF DE COURS

| | |
|---|---|
| Nom école/site: | HEG Fribourg |
| Domaine | Economie et Services |
| Filière | Bachelor en économie d'entreprise (plein temps et en emploi) |
| Orientation | -- |
| Intitulé du cours | Fundamentals of sustainable business & management II |
| Intitulé du module | Options principales, S-C |
| Professeur/e | Houmard Laurent Divers intervenants |
| Nombre de leçons | 60 |
| Nombre d'étudiants | Max. 20 |
| Prérequis | Avoir suivi le cours Fundamentals of Sustainable business & management I |
| Langue principale d'enseignement | <input checked="" type="checkbox"/> Français <input checked="" type="checkbox"/> Anglais |
| Compétences visées/ Objectifs généraux d'apprentissage | <p>Cette unité de cours est la suite du cours Fundamentals of Sustainable business & management I. Il met l'accent sur les enjeux d'intégration des défis sociétaux dans l'organisation en termes éthique et de gouvernance, la gestion durable des ressources humaines et les défis d'une communication environnementale cohérente.</p> <p>Objectifs d'apprentissage :</p> <ul style="list-style-type: none">• Acquérir des connaissances interdisciplinaires en disposant d'aptitudes professionnelles nécessaires au management et à la prise de responsabilité• Être en mesure d'identifier et d'évaluer les enjeux éthiques, de ressources humaines et de gouvernance au sein d'une entreprise• Comprendre les enjeux de communication environnementale et de gestion des achats responsables |
| Contenu et formes d'enseignement | <p>1) Éthique et gouvernance des organisations</p> <ul style="list-style-type: none">• Gouvernance éthique, transparence• Conformité légale et risque• Etude de cas• Outils de gestion au niveau de la corruption (ISO 37001) |



| | |
|---|--|
| | <p>2) Gestion durable et développement des ressources humaines</p> <ul style="list-style-type: none">• Conditions de travail, égalité des chances et discrimination• Santé et sécurité au travail• Dialogue social <p>3) Communication environnementale</p> <ul style="list-style-type: none">• Information aux clients consommateur• Greenwashing et risques liés à la communication• Rapports environnementaux et sociaux : bonnes pratiques <p>4) Gestion des achats responsables</p> <ul style="list-style-type: none">• Méthode d'évaluation des besoins en achats• Quels critères introduire pour acheter durablement• Quelles politiques d'achats mettre en place <p>NB : Les contenus peuvent subir des modifications, notamment en fonction de l'évolution de l'actualité et du temps disponible.</p> <p>Forme d'enseignement : Présentation des concepts et théorie Approche interdisciplinaire et par résolution de problème Etude de cas et intervention de praticiens et d'experts</p> |
| Modalités d'évaluation et de validation | Examen individuel ou en groupe sous forme de contrôle continu Rédaction d'un rapport final et soutenance sur une des thématiques vus durant le semestre |
| Validation linguistique pour les études plurilingues | <input checked="" type="checkbox"/> Français <input checked="" type="checkbox"/> Anglais |
| Dates et heures de cours | Tous les vendredis matin de 8h35 à 11h55 au semestre de printemps |



DESCRIPTIF DE COURS

| | |
|---|---|
| Nom école/site: | HEG Fribourg |
| Domaine | Economie et Services |
| Filière | Bachelor en économie d'entreprise (plein temps et en emploi) |
| Orientation | -- |
| Intitulé du cours | Gestion immobilière |
| Intitulé du module | Options secondaires, S-C |
| Professeur/e | Pasquier Marilyne |
| Nombre de leçons | 30 |
| Nombre d'étudiants | Max. 50 |
| Prérequis | - |
| Langue principale d'enseignement | <input checked="" type="checkbox"/> Français <input type="checkbox"/> Allemand <input type="checkbox"/> Anglais <input type="checkbox"/> Autre |
| Compétences visées/ Objectifs généraux d'apprentissage | Il s'agit d'une part de familiariser les étudiants avec la structure et les particularités du marché immobilier en Suisse. D'autre part, il vise à appliquer les connaissances de base acquises en gestion d'entreprise à ce domaine. |
| Contenu et formes d'enseignement | Avec la participation d'intervenants du domaine de l'immobilier, les questions spécifiques suivantes structurent ce cours : > Qu'est-ce que le marché immobilier en Suisse ? > Pourquoi devenir propriétaire et avec quels fonds ? > Quelle est la valeur d'un bien immobilier, ses charges, ses revenus, ses incidences fiscales ? Comment s'y retrouver ? > Comment rechercher et sélectionner un bien immobilier ? Comment établir une promotion immobilière ? > Locataires, quels sont vos droits et vos obligations ? > Bailleurs, quels sont vos frais et loyers ; à la recherche du juste prix ? > Construire oui, mais comment ? |
| Modalités d'évaluation et de validation | L'examen écrit en français de 60 minutes composé de questions de compréhension et de développement, ainsi que d'exercices ou études de cas pour contrôler l'atteinte des objectifs spécifiques du contenu du cours. |



| | |
|---|---|
| Validation linguistique pour les études plurilingues | <input checked="" type="checkbox"/> Français <input type="checkbox"/> Allemand <input type="checkbox"/> Anglais <input type="checkbox"/> Autre |
| Dates et heures de cours | <p><u>Cours n°1 pour les étudiants à plein temps :</u></p> <p>Mardi 07.11.2023 de 13h45 à 17h05 Mardi 14.11.2023 de 13h45 à 17h05 Mardi 21.11.2023 de 13h45 à 17h05 Mardi 28.11.2023 de 13h45 à 17h05 Mardi 05.12.2023 de 13h45 à 17h05 Mardi 12.12.2023 de 13h45 à 17h05 Mardi 19.12.2023 de 13h45 à 17h05 Mardi 09.01.2024 de 13h45 à 14h45 (Examen)</p> <p><u>Cours n°2 pour les étudiants en emploi :</u></p> <p>Lundi 04.03.2024 de 17h15 à 20h30 Lundi 11.03.2024 de 17h15 à 20h30 Lundi 18.03.2024 de 17h15 à 20h30 Lundi 25.03.2024 de 17h15 à 20h30 Lundi 08.04.2024 de 17h15 à 20h30 Lundi 15.04.2024 de 17h15 à 20h30 Lundi 22.04.2024 de 17h15 à 20h30 Lundi 29.04.2024 de 17h15 à 18h15 (Examen)</p> |



DESCRIPTIF DE COURS

| | |
|---|---|
| Nom école/site: | HEG Fribourg |
| Domaine | Economie et Services |
| Filière | Bachelor en économie d'entreprise (plein temps et en emploi) |
| Orientation | -- |
| Intitulé du cours | Integrated HR Practices |
| Intitulé du module | Options principales, S-C |
| Professeur/e | Rossi Mathias et intervenants |
| Nombre de leçons | 60 |
| Nombre d'étudiants | illimité |
| Prérequis | - |
| Langue principale d'enseignement | <input checked="" type="checkbox"/> Français <input type="checkbox"/> Allemand <input type="checkbox"/> Anglais <input type="checkbox"/> Autre |
| Compétences visées/ Objectifs généraux d'apprentissage | <ul style="list-style-type: none">• Avoir un aperçu du rôle et de la place de la GRH en organisation, des principaux enjeux qui affectent la GRH aujourd'hui• Porter un regard critique sur le processus à travers la question de la mesure de la performance• Savoir développer et articuler les instruments et les interventions RH, en particulier le processus de recrutement: analyse de poste et description de fonction, compétences, outils de recrutement;• Connaître les pratiques des entreprises par des contacts directs avec des responsables de ressources humaines.• Développer ses connaissances du marché du travail et de ses différentes facettes ; se familiariser aux entretiens de sélection par des jeux de rôle.• Avoir un aperçu des questions liées à la santé au travail pour la fonction RH |
| Contenu et formes d'enseignement | Cours, intervenants externes, études de cas, travaux individuels et de groupes |
| Modalités d'évaluation et de validation | Examen écrit individuel ou en groupe, français |



| | |
|---|---|
| Validation linguistique pour les études plurilingues | <input checked="" type="checkbox"/> Français <input type="checkbox"/> Allemand <input type="checkbox"/> Anglais <input type="checkbox"/> Autre |
| Dates et heures de cours | Tous les vendredis du semestre d'automne de 13h45 à 17h05 |



COURSE DESCRIPTION

| | |
|---|--|
| Name of school/Location: | School of Management Fribourg |
| Field of study: | Economics and Services |
| Degree programme: | Bachelor in Business Administration (full-time and part-time study) |
| Major: | -- |
| Module description: | Major options, S-C |
| Course description: | Intercultural Management |
| Instructor: | Ayer Jean-Marie |
| Number of lessons: | 60 |
| Number of students: | unlimited |
| Prerequisites: | Good English knowledge |
| Main language of instruction: | <input type="checkbox"/> German <input type="checkbox"/> French <input checked="" type="checkbox"/> English <input type="checkbox"/> Other |
| Teaching aims / General learning aims: | <p>Intercultural management is concerned with the challenges and dilemmas that arise when people from different cultures work together and how culture influences how people cope with and resolve various problems.</p> <p>This course addresses different work-related situations where cultural differences play an essential role: negotiation, marketing, human resources recruitment and management, working abroad, organization settings, mergers and acquisitions. It course will enable you to acquire essential skills to operate in a global world by addressing these different aspects.</p> <p>You will learn to recognize and understand different thinking patterns, values, communication, negotiation, and leadership styles to be effective in multi-cultural environments. Participation in this course is also an excellent way to improve your soft skills, which are becoming more and more important for a career in management.</p> |
| Content and form of instruction: | <p>Theoretical part</p> <p>The course will present different models that explain cultural differences and their impact on business life. This part also includes e-simulations and cases (e.g. in the field of mergers and acquisitions, employee recruitments, expatriates, etc.).</p> |



| | |
|---|--|
| | <p>Discussion with professionals During the course, we will also have many discussions with professionals who will share with the course participants their vast experience in different parts of the world.</p> <p>The X-culture projet The X-Culture project is an exciting international virtual project designed to complete a business challenge in a global virtual team. Together with your global virtual team, you will work on a business proposal for a company looking to expand abroad.</p> |
| Examination and validation procedures: | 2 written exams during semester + class participation mark => 60% X Culture-Project => 40% |
| Language credits for a multilingual course of study: | <input type="checkbox"/> German <input type="checkbox"/> French <input checked="" type="checkbox"/> English <input type="checkbox"/> Other |
| Course dates and times: | Every Monday morning of the Spring semester from 8.35 to 11.55 |



COURSE DESCRIPTION

| | |
|---|---|
| Name of school/Location: | School of Management Fribourg |
| Field of study: | Economics and Services |
| Degree programme: | Bachelor in Business Administration (full-time and part-time study) |
| Major: | -- |
| Module description: | Secondary options, S-C |
| Course description: | International Distributions for Luxury Goods |
| Instructor: | Faessler Robert |
| Number of lessons: | 30 |
| Number of students: | unlimited |
| Prerequisites: | - |
| Main language of instruction: | <input checked="" type="checkbox"/> German <input checked="" type="checkbox"/> French <input checked="" type="checkbox"/> English <input type="checkbox"/> Other |
| Teaching aims / General learning aims: | <ul style="list-style-type: none">• To learn what and how luxury brands from Switzerland and from outside Switzerland are moving successfully in the world market• What are they doing?• How are they doing?• How do they distribute in the International markets?• Why are they successful?• Risk and options?• Case study in team |
| Content and form of instruction: | <ul style="list-style-type: none">• Definition of the luxury distributions• Definition of luxury products• Definition of the prices in the luxury segments• Strategy and messages of the brands• Example: What kind of distribution is existing in the Swiss Watch industry and in other luxury consumer products• Example: China market and the luxury potentials• Case study by region and by distribution channels |
| Examination and validation procedures: | Presentation of a case study in group |



| | |
|---|--|
| Language credits for a multilingual course of study: | <input checked="" type="checkbox"/> German <input checked="" type="checkbox"/> French <input checked="" type="checkbox"/> English <input type="checkbox"/> Other |
| Course dates and times: | Monday, 30.10.2023 / 13h45 – 17h05 or 17.15 – 20.30 Monday, 06.11.2023 / 13h45 – 17h05 or 17.15 – 20.30 Monday, 13.11.2023 / 13h45 – 17h05 or 17.15 – 20.30 Monday, 20.11.2023 / 13h45 – 17h05 or 17.15 – 20.30 Monday, 27.11.2023 / 13h45 – 17h05 or 17.15 – 20.30 Monday, 04.12.2023 / 13h45 – 17h05 or 17.15 – 20.30 Monday, 11.12.2023 / 13h45 – 17h05 or 17.15 – 20.30 Monday, 18.12.2023 / 13h45 – 17h05 or 17.15 – 20.30 |



KURSBESCHREIBUNG

| | |
|---|--|
| Name Schule/Standort: | HSW Freiburg |
| Bereich | Wirtschaft und Dienstleistungen |
| Studiengang | Bachelor in Betriebsökonomie (Vollzeit und berufsbegleitend) |
| Vertiefung | -- |
| Bezeichnung des Kurses | Internationale Rechnungslegung |
| Bezeichnung des Moduls | Hauptoptionen, S-C |
| Dozierende/r | Rösti Jürg |
| Anzahl Lektionen: | 60 |
| Anzahl Studierende: | unbeschränkt |
| Erforderliche Vorkenntnisse: | - |
| Hauptunterrichtssprache: | <input checked="" type="checkbox"/> Deutsch <input type="checkbox"/> Französisch <input type="checkbox"/> Englisch <input type="checkbox"/> Andere Beschreibung: ... 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 Französisch 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. |
| Angestrebte Kompetenzen/ Allgemeine Lernziele: | Die Studierenden sind in der Lage: <ul style="list-style-type: none">• 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. |
| Inhalt und Form des Unterrichts: | Inhalt: Ausgewählte Standards der IFRS (ca. 40 Lektionen) beziehungsweise Fachempfehlungen der Swiss GAAP FER (ca. 20 Lektionen). Die Lehrperson |



| | |
|---|---|
| | <p>informiert die Studierenden während der ersten Semesterwoche über die ausgewählten Standards und Fachempfehlungen.</p> <p>Zusätzliche ist ein Gastvortrag zum Thema Integrated Reporting geplant.</p> <p>Form: Präsenzunterricht Einzel-, Partner- und Gruppenarbeiten Selbststudium Für jede Rechnungslegungsnorm wird je eine exemplarische Jahresrechnung verteilt werden.</p> |
| Prüfungs- und Validierungsmodalitäten: | <p>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.</p> |
| Sprachliche Anrechnung für ein mehrsprachiges Studium: | <p><input checked="" type="checkbox"/> Deutsch <input type="checkbox"/> Französisch <input type="checkbox"/> Englisch <input type="checkbox"/> Andere</p> |
| Kursdaten und -zeiten: | <p>Jeden Dienstag des Herbstsemesters von 17.15 – 20.30 Uhr</p> |



KURSBESCHREIBUNG

| | |
|---|---|
| Name Schule/Standort: | HSW Freiburg |
| Bereich | Wirtschaft und Dienstleistungen |
| Studiengang | Bachelor in Betriebsökonomie (Vollzeit und berufsbegleitend) |
| Vertiefung | -- |
| Bezeichnung des Kurses | Kreislaufwirtschaft, Grundlagen und Anwendung |
| Bezeichnung des Moduls | Nebenoptionen,S-C |
| Dozierende/r | Münger Alfred |
| Anzahl Lektionen: | 30 |
| Anzahl Studierende: | 20 bis 30 |
| Erforderliche Vorkenntnisse: | Keine |
| Hauptunterrichtssprache: | <input checked="" type="checkbox"/> Deutsch <input type="checkbox"/> Französisch (möglich) <input type="checkbox"/> Englisch (möglich) <input type="checkbox"/> Andere 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. |
| Angestrebte Kompetenzen/ Allgemeine Lernziele: | <ul style="list-style-type: none">• 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 |
| 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. |
| 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. |
| Sprachliche Anrechnung für ein mehrsprachiges Studium: | <input checked="" type="checkbox"/> Deutsch <input type="checkbox"/> Französisch <input type="checkbox"/> Englisch <input type="checkbox"/> Andere |



| | |
|-------------------------------|---|
| Kursdaten und -zeiten: | Mittwoch, 24.04.2024 von 17.15 – 20.30 Uhr Mittwoch, 08.05.2024 von 17.15 – 20.30 Uhr Mittwoch, 29.05.2024 von 17.15 – 20.30 Uhr Mittwoch, 12.06.2024 von 17.15 – 20.30 Uhr + 14 Lektionen Blended Learning |
|-------------------------------|---|



DESCRIPTIF DE COURS

| | |
|---|---|
| Nom école/site: | HEG Fribourg |
| Domaine | Economie et Services |
| Filière | Bachelor en économie d'entreprise (plein temps et en emploi) |
| Orientation | -- |
| Intitulé du cours | Leadership development orientation «Coach-responsable de conduite» |
| Intitulé du module | Options principales, S-C |
| Professeur/e | Rossi Mathias |
| Nombre de leçons | 60 |
| Nombre d'étudiants | illimité |
| Prérequis | - |
| Langue principale d'enseignement | <input checked="" type="checkbox"/> Français <input type="checkbox"/> Allemand <input type="checkbox"/> Anglais <input type="checkbox"/> Autre |
| Compétences visées/ Objectifs généraux d'apprentissage | <ul style="list-style-type: none">• Connaître le rôle, les compétences et les responsabilités d'un leader• Identifier son style de conduite et apprendre à connaître les collaborateurs afin de mieux s'adapter à eux• Connaître les différents styles de conduite• Connaître et sélectionner les "outils" de conduite• Savoir communiquer efficacement avec les collaborateurs et maîtriser la communication persuasive et motivante• Prendre conscience du rôle du leader par rapport à la motivation des collaborateurs• Savoir identifier et gérer les conflits |
| Contenu et formes d'enseignement | Parties théoriques, exercices pratiques issus de la réalité, entretiens didactiques |
| Modalités d'évaluation et de validation | Examen écrit |
| Validation linguistique pour les études plurilingues | <input checked="" type="checkbox"/> Français <input type="checkbox"/> Allemand <input type="checkbox"/> Anglais <input type="checkbox"/> Autre |
| Dates et heures de cours | Tous les vendredis du semestre de printemps de 8h35 à 11h55 |



DESCRIPTIF DE COURS

| | |
|---|---|
| Nom école/site: | HEG Fribourg |
| Domaine | Economie et Services |
| Filière | Bachelor en économie d'entreprise (plein temps et en emploi) |
| Orientation | -- |
| Intitulé du cours | Management collaboratif et Facilitation de l'intelligence collective |
| Intitulé du module | Options secondaires, S-C |
| Professeur/e | Geneviève Morand |
| Nombre de leçons | 30 |
| Nombre d'étudiants | max. 20 |
| Prérequis | Être intéressé à articuler sa contribution individuelle avec celle d'un groupe de travail et d'une équipe apprenante Vouloir explorer le savoir-être et le savoir-agir ensemble |
| Langue principale d'enseignement | <input checked="" type="checkbox"/> Français <input type="checkbox"/> Allemand <input type="checkbox"/> Anglais <input type="checkbox"/> Autre |
| Compétences visées/ Objectifs généraux d'apprentissage | <ul style="list-style-type: none">- être capable de résoudre des problèmes complexes- maîtriser plusieurs outils pratico-pratiques et savoir quand les utiliser- animer des réunions « organiques » et créatives efficaces- savoir résoudre les conflits/tensions et les envisager comme un précieux carburant d'amélioration et d'innovation- être conscient de ses talents et savoir les renforcer- maîtriser quelques concepts importants : complexité, grille de l'évolution, changement de paradigme, intelligence émotionnelle, réseautage- savoir animer/faciliter une réunion |
| Contenu et formes d'enseignement | <ul style="list-style-type: none">- formation essentiellement basée sur l'expérimentation- compréhension du contexte et de l'époque actuelle- contenu adapté aux exigences du management dans un contexte complexe et de changement toujours plus rapide |
| Modalités d'évaluation et de validation | <ul style="list-style-type: none">- remise d'une synthèse de l'application potentielle des outils vus en cours par les participants dans leur pratique, d'une à deux pages après chaque session (les 3 premières sessions) en français, anglais ou allemand, contextualisé et illustré avec photo- note de cahier (chaque étudiant reçoit un cahier en début de cours) , soit la prise de note et les réflexions de l'étudiant pendant un mois sur ces thématiques |
| Validation linguistique pour les études plurilingues | <input checked="" type="checkbox"/> Français |



| Dates et heures de cours | <u>Cours a) :</u> |
|---------------------------------|--|
| | Samedi 23.09.2023 de 8h35 à 11h55 et 13h00 à 16h20 Samedi 30.09.2023 de 8h35 à 11h55 et 13h00 à 16h20 Samedi 07.10.2023 de 8h35 à 11h55 et 13h00 à 16h20 Samedi 14.10.2023 de 8h35 à 11h55 et 13h00 à 16h20 |
| | <u>Cours b) :</u> |
| | Samedi 25.11.2023 de 8h35 à 11h55 et 13h00 à 16h20 Samedi 02.12.2023 de 8h35 à 11h55 et 13h00 à 16h20 Samedi 09.12.2023 de 8h35 à 11h55 et 13h00 à 16h20 Samedi 16.12.2023 de 8h35 à 11h55 et 13h00 à 16h20 |
| | <u>Cours c) :</u> |
| | Samedi 24.02.2024 de 8h35 à 11h55 et 13h00 à 16h20 Samedi 02.03.2024 de 8h35 à 11h55 et 13h00 à 16h20 Samedi 09.03.2024 de 8h35 à 11h55 et 13h00 à 16h20 Samedi 16.03.2024 de 8h35 à 11h55 et 13h00 à 16h20 |



DESCRIPTIF DE COURS

| | |
|---|---|
| Nom école/site: | HEG Fribourg |
| Domaine | Economie et Services |
| Filière | Bachelor en économie d'entreprise (plein temps et en emploi) |
| Orientation | -- |
| Intitulé du cours | Management international |
| Intitulé du module | Options principales, S-C |
| Professeur/e | Denis Robichaud |
| Nombre de leçons | 60 |
| Nombre d'étudiants | illimité |
| Prérequis | - |
| Langue principale d'enseignement | <input checked="" type="checkbox"/> Français <input type="checkbox"/> Allemand <input type="checkbox"/> Anglais <input type="checkbox"/> Autre |
| Compétences visées/ Objectifs généraux d'apprentissage | <p>Le cours <i>Management international</i> a pour but d'initier les étudiants aux fondements du commerce international, aux grandes dimensions de l'environnement économique international ainsi qu'aux procédures et aux démarches d'importation.</p> <p>Plus précisément, le cours permettra de :</p> <ul style="list-style-type: none">- comprendre le rôle du commerce international dans la stratégie d'une entreprise,- réaliser un diagnostic-export,- développer un plan marketing d'exportation,- vous familiariser avec les méthodes de sélection et de prospection des marchés étrangers,- maîtriser les principes, les règles et les procédures à respecter pour réaliser une stratégie de marketing d'exportation,- vous sensibiliser à l'importance des aspects culturels du commerce international,- vous familiariser avec le vocabulaire en usage dans le domaine du commerce international,- réaliser l'importance de se tenir au courant des événements susceptibles d'exercer une influence sur les échanges avec l'étranger. |
| Contenu et formes | Le cours est divisé en cinq parties couvrant treize chapitres du manuel de base. |



| | |
|---|--|
| d'enseignement | <p>Partie 1 : couvre les semaines 1 et 2. Ces deux chapitres se veulent une initiation au monde du commerce international.</p> <p>Partie 2 : comprend les semaines 3, 4 et 5, qui traitent de l'importation et de l'exportation.</p> <p>Partie 3 : regroupe les semaines 6, 7 et 8 consacrées au marchéage (marketing mix) dans le contexte du commerce international.</p> <p>Partie 4 : basée sur les semaines 9 et 10, cette section vous présente la stratégie d'entrée sur les marchés étrangers.</p> <p>Partie 5 : regroupe les semaines 11, 12 et 13, qui se penchent sur les aspects pratiques de l'exportation.</p> |
| Modalités d'évaluation et de validation | <p>Ce cours est conçu en vue d'une démarche d'étude autonome, selon un rythme qui convient à l'étudiant. Néanmoins, il bénéficie du soutien du professeur pendant toute la durée du cours. Son rôle consiste à le guider dans son apprentissage. Il pourra répondre entre autres aux questions relatives aux aspects administratifs du cours, à la matière, aux travaux et à l'examen. C'est lui qui évalue et commente les travaux.</p> <p>L'évaluation des apprentissages du cours se fonde sur les éléments suivants : un travail noté, comptant pour 10 % et deux examens sous surveillance qui compteront respectivement pour 20 % et 70% de la note finale.</p> |
| Validation linguistique pour les études plurilingues | <p><input checked="" type="checkbox"/> Français <input type="checkbox"/> Allemand <input type="checkbox"/> Anglais <input type="checkbox"/> Autre</p> |
| Dates et heures de cours | <p>Mercredi 24.04.2024 examen à la HEG de 17h15 à 20h30 Mercredi 01.05.2024 cours de 17h15 à 20h30 Mercredi 08.05.2024 cours de 17h15 à 20h30 Mercredi 15.05.2024 examen à la HEG de 17h15 à 20h30</p> |



COURSE DESCRIPTION

| | |
|---|--|
| Name of school/Location: | School of Management Fribourg |
| Field of study: | Economics and Services |
| Degree programme: | Bachelor in Business Administration (full-time and part-time study) |
| Major: | -- |
| Module description: | Main options, Digital Business |
| Course description: | Managing Emerging Technologies |
| Instructor: | Maurizio Caon |
| Number of lessons: | 60 |
| Number of students: | Max. 30 |
| Prerequisites: | - |
| Main language of instruction: | <input checked="" type="checkbox"/> English <input type="checkbox"/> Other |
| Teaching aims / General learning aims: | <ul style="list-style-type: none">• Emerging Technologies<ul style="list-style-type: none">○ Virtual & Augmented Reality○ Artificial Intelligence○ IOT• Innovation Management<ul style="list-style-type: none">○ Strategies & Trends○ Disruptive innovation○ Digital Business Models○ Design Thinking• Digital Project Management<ul style="list-style-type: none">○ Project Life Cycle○ System Development Life Cycle○ Agile program management○ Scrum• Law• Case study |
| Content and form of instruction: | <ul style="list-style-type: none">• Interactive lesson led by the instructor.• Ev. Mandatory online lessons counted as part of workload.• Powerpoint slides for visual support during class.• Provision of optional extra material as multimedia content. |



| | |
|---|---|
| Examination and validation procedures: | Written exam with open/closed questions and written report (business case). Language: English but with possibility to answer in mother tongue. |
| Language credits for a multilingual course of study: | <input checked="" type="checkbox"/> English <input type="checkbox"/> Other Description: |
| Course dates and times: | Every Friday Morning Spring-Semester |



COURSE DESCRIPTION

| | |
|---|---|
| Name of school/Location: | School of Management Fribourg |
| Field of study: | Economics and Services |
| Degree programme: | Bachelor in Business Administration (full-time and part-time study) |
| Major: | -- |
| Module description: | Secondary options, S-C |
| Course description: | Neuro-Marketing Fundamentals |
| Instructor: | Norré Bart |
| Number of lessons: | 30 |
| Number of students: | Max. 25 |
| Prerequisites: | - |
| Main language of instruction: | <input type="checkbox"/> German <input type="checkbox"/> French <input checked="" type="checkbox"/> English <input type="checkbox"/> Other |
| Teaching aims / General learning aims: | <p>According to prof. G. Zaltman of the Harvard University 95% of human decisions are nonconscious. Time has come to get a better understanding of how this influences human behavior and decision making.</p> <p>Students will</p> <p>Learn basic concepts of the brain</p> <p>Understand how the nonconscious part of the brain is involved in the decisions of customers</p> <p>Understand the underlying processes of the non-conscious part of the brain</p> <p>Understand the role and importance of emotions in the decision-making process of consumers</p> <p>Be able to observe advertisements and qualify to which degree they are compatible with the nonconscious part of the brain</p> |
| Content and form of instruction: | <p>Methodology</p> <p>An optimal mix of theory, use case video's, experiments and practical exercises.</p> <p>Theory</p> <p>What is neuromarketing and how is it positioned towards traditional marketing?</p> <p>Basic notions of the concept of the brain</p> <p>The new paradigm of the decision-making process</p> <p>Emotions and their role in the decision making process</p> |



| | |
|---|---|
| | Laws and processes of the non-conscious mind Practical sessions Students will learn to work with the NeurOrchestra™ observation tool and prepare a groupwork based on this tool a analysis of two advertisements |
| Examination and validation procedures: | Multiple Choice Test and group assignment |
| Language credits for a multilingual course of study: | <input type="checkbox"/> German <input type="checkbox"/> French <input checked="" type="checkbox"/> English <input type="checkbox"/> Other |
| Course dates and times: | Course a): Monday 18.09.2023 from 13.45 to 17.05 Monday 25.09.2023 from 13.45 to 17.05 Monday 02.10.2023 from 13.45 to 17.05 Monday 09.10.2023 from 13.45 to 17.05 Monday 16.10.2023 from 13.45 to 17.05 Monday 30.10.2023 from 13.45 to 17.05 Monday 06.11.2023 from 13.45 to 17.05 Monday 13.11.2023 from 13.45 to 17.05 Course b): Monday 18.09.2023 from 17.15 to 21.00 Monday 25.09.2023 from 17.15 to 21.00 Monday 02.10.2023 from 17.15 to 21.00 Friday 06.10.2023 from 17.15 to 20.30 Monday 09.10.2023 from 17.15 to 21.00 Friday 13.10.2023 from 17.15 to 20.30 Monday 16.10.2023 from 17.15 to 21.00 |



COURSE DESCRIPTION

| | |
|---|--|
| Name of school/Location: | School of Management Fribourg |
| Field of study: | Economics and Services |
| Degree programme: | Bachelor in Business Administration (full-time and part-time study) |
| Major: | -- |
| Module description: | Secondary options, S-C |
| Course description: | Neuro-Marketing Playground |
| Instructor: | Norré Bart |
| Number of lessons: | 30 |
| Number of students: | Max. 25 |
| Prerequisites: | Neuro-Marketing Fundamentals |
| Main language of instruction: | <input type="checkbox"/> German <input type="checkbox"/> French <input checked="" type="checkbox"/> English <input type="checkbox"/> Other |
| Teaching aims / General learning aims: | Students will understand the importance of branding from a neuromarketing standpoint and learn how to apply the Brand Vision Archetype methodology understand tactics applied in the shopping environment and learn to identify them in a real life environment learn how to set up and implement a Neuromarketing survey based on neuromarketing technology |
| Content and form of instruction: | The course is structured in three workshops. Each workshop contains a theoretical and a "hands-on" part. Workshop 1: Branding Students will create a brand based on the Brand Vision Archetype methodology. Workshop 2: Shopping Students will visit a supermarket and identify and assess how Neuromarketing concepts are applied Workshop 3: Neuromarketing survey Students will create et implement a survey based on professional neuromarketing technology |



| | |
|---|--|
| Examination and validation procedures: | Tests and group assignments |
| Language credits for a multilingual course of study: | <input type="checkbox"/> German <input type="checkbox"/> French <input checked="" type="checkbox"/> English <input type="checkbox"/> Other |
| Course dates and times: | Course a): Friday 10.11.2023 from 17.15 to 20.30 Saturday 11.11.2023 from 8.35 to 11.55 and from 13.00 to 16.20 Saturday 18.11.2023 from 8.35 to 11.55 and from 13.00 to 16.20 Friday 24.11.2023 from 17.15 to 20.30 Friday 01.12.2023 from 17.15 to 20.30 Friday 15.12.2023 from 17.15 to 20.30 Course b): Monday 22.04.2024 from 8.35 to 12.25 Monday 29.05.2024 from 8.35 to 12.25 Monday 06.05.2024 from 8.35 to 12.25 Monday 13.05.2024 from 8.35 to 12.25 Monday 27.05.2024 from 8.35 to 12.25 Monday 03.06.2024 from 8.35 to 12.25 Monday 10.06.2024 from 8.35 to 12.25 |



COURSE DESCRIPTION

| | |
|---|--|
| Name of school/Location: | School of Management Fribourg |
| Field of study: | Economics and Services |
| Degree programme: | Bachelor in Business Administration (full-time and part-time study) |
| Major: | -- |
| Module description: | Secondary options, S-C |
| Course description: | Neuro-Marketing for sustainability |
| Instructor: | Norré Bart |
| Number of lessons: | 30 |
| Number of students: | Max. 25 |
| Prerequisites: | - |
| Main language of instruction: | <input type="checkbox"/> German <input type="checkbox"/> French <input checked="" type="checkbox"/> English <input type="checkbox"/> Other |
| Teaching aims / General learning aims: | <p>Sustainability is primarily based on a substantial change in attitudes of all stakeholders, which ideally should lead them to "sustainability compatible" decisions and behavior, according to prof. G. Zaltman of Harvard University, 95% of human decisions are unconscious. Time has come to understand how this influences human behavior and decision-making, specifically related to sustainability.</p> <p>Students will</p> <ul style="list-style-type: none"> Learn basic concepts of the brain Understand how the nonconscious part of the brain is involved in the decisions of customers Understand the underlying processes of the non-conscious part of the brain Understand the role and importance of emotions in the decision-making process of consumers Be able to analyze communication campaigns and qualify to which degree they are compatible with the nonconscious part of the brain |
| Content and form of instruction: | <p>Methodology</p> <p>An optimal mix of theory, use case video's, experiments, and practical exercises.</p> <p>Theory (70%)</p> <p>What is neuromarketing and how it can support change in behavior and attitude related to sustainability.</p> |



| | |
|---|---|
| | <p>Basic notions of the concept of the brain The new paradigm of the decision-making process Emotional markers and their role in the decision-making process Laws and processes of the non-conscious mind</p> <p>Practical sessions (30%) Students will learn to work with the NeurOrchestra™ observation tool and prepare a groupwork based on this tool a analysis of two advertisements</p> |
| Examination and validation procedures: | Individual test and group assignments |
| Language credits for a multilingual course of study: | <input type="checkbox"/> German <input type="checkbox"/> French <input checked="" type="checkbox"/> English <input type="checkbox"/> Other |
| Course dates and times: | 24.02.2024 02.03.2024 09.03.2024 16.03.2024 Course schedules : 08.35-11.55 and 13.00-16.20 |



DESCRIPTIF DE COURS

| | |
|---|--|
| Nom école/site: | HEG Fribourg |
| Domaine | Economie et Services |
| Filière | Bachelor en économie d'entreprise (plein temps et en emploi) |
| Orientation | -- |
| Intitulé du cours | Le Plan Marketing |
| Intitulé du module | Options principales, S-C |
| Professeur/e | Intartaglia Julien |
| Nombre de leçons | 60 |
| Nombre d'étudiants | illimité |
| Prérequis | - |
| Langue principale d'enseignement | <input checked="" type="checkbox"/> Français <input type="checkbox"/> Allemand <input type="checkbox"/> Anglais <input type="checkbox"/> Autre |
| Compétences visées/ Objectifs généraux d'apprentissage | A la fin du cours, l'étudiant-e peut : <ul style="list-style-type: none">• identifier un problème marketing/communication ;• rédiger un plan marketing ;• gérer un projet en équipe ;• vendre une stratégie marketing et un plan d'actions opérationnelles et des recommandations managériales à des chefs d'entreprise. |
| Contenu et formes d'enseignement | <p>Il s'agit d'une expérience concrète de terrain avec des entreprises / organisations qui présentent leur problème managérial dans les premières semaines du cours. Après deux mois de cours ex-cathedra, l'étudiant-e va travailler sur le plan marketing à partir de documents internes à l'entreprise et suite à l'intervention orale du Directeur, du Responsable marketing/communication de l'organisation en question.</p> <p>L'étudiant-e, en qualité de consultant en marketing, travaille sur les deux étapes du processus de réalisation du plan marketing :</p> <p>1. La définition de la stratégie marketing (par le biais de l'analyse du marché, du benchmarking, des études de marché...)</p> |



| | |
|---|--|
| | <p>2. La proposition d'une stratégie de marketing opérationnelle (objectifs, segmentation, proposition de valeur, plan d'actions etc.).</p> <p>Environ 70% du temps est consacré à la pratique. Les étudiants bénéficient au fur et à mesure d'un coaching personnalisé.</p> <p>Ci-dessous figure le programme détaillé :</p> <ul style="list-style-type: none">• Définition du plan marketing ;• Définition de la mission, de la vision et des valeurs ;• L'élaboration du diagnostic marketing ;• La fixation d'une stratégie ;• Le marketing mix;• Changer les comportements du consommateur : approche nudge et neuroscientifique ;• Le marketing opérationnel digital et offline ;• Budget et calendrier du plan ;• La rédaction et la structure du plan marketing |
| Modalités d'évaluation et de validation | Le plan marketing représente le 100% de la note. |
| Validation linguistique pour les études plurilingues | <input checked="" type="checkbox"/> Français <input type="checkbox"/> Allemand <input type="checkbox"/> Anglais <input type="checkbox"/> Autre |
| Dates et heures de cours | Tous les vendredis du semestre d'automne de 7h50 à 11h10 |



COURSE DESCRIPTION

| | |
|---|---|
| Name of school/Location: | School of Management Fribourg |
| Field of study: | Economics and Services |
| Degree program: | Bachelor in Business Administration (full-time and part-time study) |
| Major: | -- |
| Module description: | Main options, S-C |
| Course description: | Portfolio Management and Derivatives |
| Instructor: | Tuchs Schmid Nils |
| Number of lessons: | 60 |
| Number of students: | unlimited |
| Prerequisites: | - |
| Main language of instruction: | <input type="checkbox"/> German <input type="checkbox"/> French <input checked="" type="checkbox"/> English <input type="checkbox"/> Other |
| Teaching aims / General learning aims: | Students will: <ul style="list-style-type: none">• study financial markets, portfolio construction criteria, market efficiency and asset pricing models to be able to apply various concepts, method and tools related to investment products and portfolio management (calculating returns, risk, beta, alpha, etc, ...)• understand derivatives and their use when it comes to implement investment strategies and hedging policies• be able to select the appropriate methods, make the calculations and present the findings and solutions in an adequate way• be able to solve financial problems with the means of calculators and/or computers. |
| Content and form of instruction: | Introduction to Financial Markets and Financial Assets Financial system, Primary and secondary markets, Financial intermediaries and financial assets, Introducing to equity and debt instruments Portfolio Construction, Market Efficiency and Asset Pricing Models Measuring returns and volatility; Mean-variance criterion, Unsystematic vs. systematic risk; Measuring risk and risk adjusted returns; Beta calculation; Market efficiency and passive vs. active investing; Introducing asset pricing models and performance measures |



| | |
|---|--|
| | Derivatives Introducing Derivatives; Futures and Forwards; Futures valuation and cost of carry model; Introducing options; Call and Put Arbitrage Relationships; Option pricing models; Investment strategies and hedging policies using derivatives |
| Examination and validation procedures: | Group assignment and an individual test (open book) |
| Language credits for a multilingual course of study: | <input type="checkbox"/> German <input type="checkbox"/> French <input checked="" type="checkbox"/> English <input type="checkbox"/> Other |
| Course dates and times: | Every Thursday Morning during the Autumn semester from 8:35 to 11:55 or Every Tuesday Afternoon during the Spring semester from 13:45 to 17:05 |



KURSBESCHREIBUNG

| | |
|---|--|
| Name Schule/Standort: | HSW Freiburg |
| Bereich | Wirtschaft und Dienstleistungen |
| Studiengang | Bachelor in Betriebsökonomie (Vollzeit und berufsbegleitend) |
| Vertiefung | -- |
| Bezeichnung des Kurses | Praktische Kommunikation |
| Bezeichnung des Moduls | Nebenoptionen, S-C |
| Dozierende/r | Merkle Rudolf |
| Anzahl Lektionen: | 30 |
| Anzahl Studierende: | Max. 25 |
| Erforderliche Vorkenntnisse: | - |
| Hauptunterrichtssprache: | <input checked="" type="checkbox"/> Deutsch <input type="checkbox"/> Französisch <input type="checkbox"/> Englisch <input type="checkbox"/> Andere |
| Angestrebte Kompetenzen/ Allgemeine Lernziele: | <ul style="list-style-type: none">• 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. |
| Inhalt und Form des Unterrichts: | <ul style="list-style-type: none">• Analyse und Optimierung des eigenen kommunikativen Handelns• Theoretische Ansätze werden von den Partizipierenden mittels Diskussionen, praktischer Übungen, Fallbeispiele angewandt. <p>Thematische Aspekte (teils in Absprache mit den Studierenden):</p> <ul style="list-style-type: none">• 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) |
| Prüfungs- und | <ul style="list-style-type: none">• Die Zensur des Kurses konstituiert sich aus einem benoteten |



| | |
|---|--|
| Validierungsmodalitäten: | schriftlichen Examen (auf Deutsch), das individuell abzugelten ist. |
| Sprachliche Anrechnung für ein mehrsprachiges Studium: | <input checked="" type="checkbox"/> Deutsch <input type="checkbox"/> Französisch <input type="checkbox"/> Englisch <input type="checkbox"/> Andere |
| Kursdaten und -zeiten: | Freitag, 10.11.2023 von 17.15 Uhr bis 20.30 Uhr Samstag, 11.11.2023 von 8.35 Uhr bis 11.55 Uhr und 13.00 bis 16.20 Uhr Samstag, 18.11.2023 von 8.35 Uhr bis 11.55 Uhr und 13.00 bis 16.20 Uhr Freitag, 24.11.2023 von 17.15 Uhr bis 20.30 Uhr Freitag, 01.12.2023 von 17.15 Uhr bis 20.30 Uhr Freitag, 15.12.2023 von 17.15 Uhr bis 20.30 Uhr |



KURSBESCHREIBUNG

| | |
|---|--|
| Name Schule/Standort: | HSW Freiburg |
| Bereich | Wirtschaft und Dienstleistungen |
| Studiengang | Bachelor in Betriebsökonomie (Vollzeit und berufsbegleitend) |
| Vertiefung | -- |
| Bezeichnung des Kurses | Sales & Distribution |
| Bezeichnung des Moduls | Hauptoptionen,S-C |
| Dozierende/r | Robert Faessler |
| Anzahl Lektionen: | 60 |
| Anzahl Studierende: | unbeschränkt |
| Erforderliche Vorkenntnisse: | - |
| Hauptunterrichtssprache: | <input checked="" type="checkbox"/> Deutsch <input type="checkbox"/> Französisch <input type="checkbox"/> Englisch <input type="checkbox"/> Andere Beschreibung: Der Dozent versteht und spricht Französisch. Fragen können also auch in französischer Sprache gestellt werden |
| Angestrebte Kompetenzen/ Allgemeine Lernziele: | <ul style="list-style-type: none">• 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 |
| Inhalt und Form des Unterrichts: | <p>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.</p> <p>Besonderes Gewicht wird dabei auf die distributorische Erschließung neuer Märkte - insbesondere auch im Ausland – gelegt.</p> <p>Es werden ebenfalls die verschiedenen typischen Phasen des Verkaufs analysiert.</p> <p>Mit dem erworbenen Knowhow sind die Studierenden in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none">• 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- |



| | |
|---|---|
| | <p>Instrumente in Verkauf und Distribution zu entwickeln und einzusetzen Verkaufs- und Verhandlungstechniken anzuwenden inkl. MbO (Führung durch Zielvereinbarung)</p> <ul style="list-style-type: none">• Beispiele im Markt |
| Prüfungs- und Validierungsmodalitäten: | Mündliche Prüfung in Deutsch |
| Sprachliche Anrechnung für ein mehrsprachiges Studium: | <input checked="" type="checkbox"/> Deutsch <input type="checkbox"/> Französisch <input type="checkbox"/> Englisch <input type="checkbox"/> Andere |
| Kursdaten und -zeiten: | Jeden Mittwoch des Herbstsemesters von 17.15 – 20.30 Uhr |



COURSE DESCRIPTION

| | |
|---|--|
| Name of school/Location: | School of Management Fribourg |
| Field of study: | Economics and Services |
| Degree programme: | Bachelor in Business Administration (full-time and part-time study) |
| Major: | -- |
| Module description: | Minor options, S-C |
| Course description: | Social Media |
| Instructor: | Lukas Schneuwly |
| Number of lessons: | 30 |
| Number of students: | Max. 25 |
| Prerequisites: | - |
| Main language of instruction: | <input checked="" type="checkbox"/> German <input checked="" type="checkbox"/> French <input checked="" type="checkbox"/> English <input type="checkbox"/> Other |
| Teaching aims / General learning aims: | 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. |
| 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 |
| Examination and validation procedures: | Semester Project + Project log with explanation of intents, do's and learnings |
| Language credits for a multilingual course of study: | <input checked="" type="checkbox"/> German <input checked="" type="checkbox"/> French <input checked="" type="checkbox"/> English <input type="checkbox"/> Other |



| | |
|--------------------------------|--|
| Course dates and times: | Mittwoch, 21.02.2024 von 17.15 – 20.30 Uhr Mittwoch, 28.02.2024 von 17.15 – 20.30 Uhr Mittwoch, 06.03.2024 von 17.15 – 20.30 Uhr Mittwoch, 13.03.2024 von 17.15 – 20.30 Uhr Mittwoch, 20.03.2024 von 17.15 – 20.30 Uhr Mittwoch, 27.03.2024 von 17.15 – 20.30 Uhr Mittwoch, 10.04.2024 von 17.15 – 20.30 Uhr Mittwoch, 17.04.2024 von 17.15 – 20.30 Uhr |
|--------------------------------|--|



COURSE DESCRIPTION

| | |
|---|---|
| Name of school/Location: | School of Management Fribourg |
| Field of study: | Economics and Services |
| Degree program: | Bachelor en économie d'entreprise (plein temps et en emploi) |
| Major: | -- |
| Module description: | Sustainable supply chain management |
| Course description: | Minor |
| Convener: | Dr Gloria Luzzani |
| Number of lessons: | 30 |
| Number of students: | Max. 25 |
| Prerequisites: | - |
| Main language of instruction: | <input type="checkbox"/> German <input type="checkbox"/> French <input checked="" type="checkbox"/> English <input type="checkbox"/> Other |
| Teaching aims / General learning aims: | <p><u>General aims</u></p> <p>The food system is intended as the “range of actors and their interlinked value-adding activities involved in production, aggregation, processing, distribution consumption and disposal of food products” (FAO). The food value chains are facing the major challenge to feed the world by keeping their environmental impact within the safe operating space, while sustaining smallholders’ income and managing natural resources.</p> <p>This course aims at providing the students with the proper knowledge and means to build up sustainable business models across the overall value chains in the food sector and to integrate sustainability practices into strategy, by also enabling the collaboration among the value chain actors.</p> <p>The students will acquire the knowledge needed to identify the main environmental, social and governance issues in a food value chain, adopt lean management practices in food production and consumption, integrate sustainable strategies to reduce environmental impact, while guaranteeing decent work, pursuing quality and promoting sustainable consumption patterns.</p> <p><u>Specific aims</u></p> <p>At the end of the course, students</p> <ul style="list-style-type: none">• Understand the concepts of food value chains, their elements and their interconnections, recognise the crucial role of ecosystem services in food chains |



| | |
|---|---|
| | <ul style="list-style-type: none">• Identify agro-ecological, governance and socio-economic determinants of sustainability in the food system• Know the most relevant environmental and social indicators (KPIs) and standards/certifications used in the food system• Are aware of the relationship between nutritional and health aspects of diets and food system sustainability• Are able to adopt strategy and tools to facilitate the integration of sustainable management in the business models• Are aware of business models innovation and partnership solicitation across the value chain• Identify the role of food system in the achievement of the Sustainable Development Goals of Agenda 2030 |
| Content and form of instruction: | <ol style="list-style-type: none">1. System thinking: food system definition, elements and their complex interconnections, its function and purpose2. Ecosystem services, definition and their role in a sustainable food system3. The environmental load of food production and consumption: an overview on the life cycle of food production and consumption, and its impact on water, climate change and the ecosystem4. Introduction to and definition of sustainable diet and how food companies are promoting sustainable food consumption and sustainability labeling on food5. Food production and the relation with its territory: approaches to integrate sustainability in current practices to conserve, protect, and enhance natural resources as well as to protect and improve rural livelihoods, equity, and social well-being6. Food waste and its implication on sustainable food production. The ongoing approaches to tackle the problem to increase circular economy7. The role of the food system in the achievement of the Agenda 2030 Sustainable Development Goals <p>NB: The contents may be subject to change, particularly in the light of current developments and the time available.</p> <p>Teaching method:</p> <ul style="list-style-type: none">- Presentation of concepts and theory- Interdisciplinary and problem-solving approach- Case study and intervention of practitioners and expert |
| Examination and validation procedures: | Development of a multi-actor project focusing on a specific food product with disruptive elements of innovation in environmental, social governance of a food value chain. |



| | |
|---|---|
| Language credits for a multilingual course of study: | <input type="checkbox"/> German <input type="checkbox"/> French <input checked="" type="checkbox"/> English <input type="checkbox"/> Other |
| Course dates and times: | 23.03.2024 20.04.2024 27.04.2024 18.05.2024 Course schedules : 08.35-11.55 and 13.00-16.20 |



COURSE DESCRIPTION

| | |
|---|---|
| Name of school/Location: | School of Management Fribourg |
| Field of study: | Economics and Services |
| Degree programme: | Bachelor in Business Administration (full-time and part-time study) |
| Major: | -- |
| Module description: | Secondary options, S-C |
| Course description: | Systems Thinking, Loop Approach and Complexity-Management |
| Instructor: | Bürki Leo |
| Number of lessons: | 30 |
| Number of students: | Max. 20 |
| Prerequisites: | Preferred: project management |
| Main language of instruction: | <input type="checkbox"/> German <input type="checkbox"/> French <input checked="" type="checkbox"/> English <input type="checkbox"/> Other Description: |
| Teaching aims / General learning aims: | Students learn to distinguish between complicated and complex systems and gain ability to be a leader in complex situations or projects. We discuss strategies and pattern of complexity, learn methods to describe and steer complex systems. Inputs out of latest research and publications, learn to use online-tools, simulation, cross-impact-analyze - develop systems thinking to be successful in complex challenges: become an agile Leader. |
| Content and form of instruction: | General principles Theory and tools to understand complex systems Systemics and systems thinking – viable systems theory Tools Definition of success in complex systems – define holistic goals Stakeholder management and participation Agile and complexity management Sensitivity analyze – complexity tools Intuition and decision making – being successful in VUCA-world Strategies and solution building Systems thinking and agile behavior Fragile, robust, resilient and antifragile Learnings and experiences Team work, online tools, double impact analyze, simulation, etc. |
| Examination and validation | <ul style="list-style-type: none"> Individual “sprint-review” (presentations) |



| | |
|---|---|
| procedures: | <ul style="list-style-type: none">• Results of “complex project” (team-work) |
| Language credits for a multilingual course of study: | <input type="checkbox"/> German <input type="checkbox"/> French <input checked="" type="checkbox"/> English <input type="checkbox"/> Other Description: Possibility to answer in the mother tongue |
| Course dates and times: | Saturday 25 th November 2023 (8.35 – 11.55 and 13.00 – 16.20) Saturday 2 th December 2023 (8.35 – 11.55 and 13.00 – 16.20) Saturday 09 th December 2023 (8.35 – 11.55 and 13.00 – 16.20) Saturday 16 th December 2023 (8.35 – 11.55 and 13.00 – 16.20) |



COURSE DESCRIPTION

| | |
|---|--|
| Name of school/Location: | School of Management Fribourg |
| Field of study: | Economics and Services |
| Degree programme: | Bachelor in Business Administration (full-time and part-time study) |
| Major: | -- |
| Module description: | Secondary option, S-C |
| Course description: | User Experience Design UXD |
| Instructor: | Caon Maurizio |
| Number of lessons: | 30 |
| Number of students: | Max. 30 |
| Prerequisites: | - |
| Main language of instruction: | <input type="checkbox"/> German <input type="checkbox"/> French <input checked="" type="checkbox"/> English <input type="checkbox"/> Other |
| Teaching aims / General learning aims: | <ul style="list-style-type: none">• What is User Experience Design (UXD) and why it is important.• What is human-centered design and how it can lead to innovation.• Learning design methods and tools following the Google Design Sprint method.• Learning prototyping methods.• Learning how to test prototypes to extract relevant insights.• Learning how to build a website.• Learning user experience and usability testing with relative metrics. |
| Content and form of instruction: | <ul style="list-style-type: none">• Interactive lesson led by the instructor.• Powerpoint slides for visual support during class and tools for the techniques explained during the course.• Hands-on experience for the creation of a UX-driven product/service.• Provision of extra material under form of multimedia content.• Group project for the creation of an innovative product/service following the Google Design Sprint method and a report containing its analysis. |
| Examination and validation procedures: | Evaluation of the group project (Participation, presentation and report). Language: English but with possibility to write the report in French. |



| | |
|---|--|
| Language credits for a multilingual course of study: | <input type="checkbox"/> German <input type="checkbox"/> French <input checked="" type="checkbox"/> English <input type="checkbox"/> Other |
| Course dates and times: | Tuesday, 07.11.2023 from 17.15 to 20.30 Tuesday, 14.11.2023 from 17.15 to 20.30 Tuesday, 21.11.2023 from 17.15 to 20.30 Tuesday, 28.11.2023 from 17.15 to 20.30 Tuesday, 05.12.2023 from 17.15 to 20.30 Tuesday, 12.12.2023 from 17.15 to 20.30 Tuesday, 19.12.2023 from 17.15 to 20.30 Tuesday, 09.01.2024 from 17.15 to 20.30 |