



Berner Fachhochschule

Technik und Informatik

Managementzentrum Bern

Executive MBA

Vertiefung International Management

www.emba.ch
Ihre Karriere ist unser Programm

www.emba.ch

Executive MBA Vertiefung in International Management eidg. anerkannt

Da die Geschäfte heute immer globaler werden, müssen Manager kulturelle Hintergründe kennen und dazu in der Lage sein, auf einer globalen Ebene zu arbeiten. Dieses Studium wird es Ihnen ermöglichen, internationale Geschäfte aufzubauen, neue Absatzmöglichkeiten zu erkunden und Geschäfte in verschiedenen Ländern abzuwickeln.

Mit dem Executive MBA in International Management werden Sie das internationale Geschäft hautnah lernen, durch Seminarwochen im Ausland, Besuche vor Ort, Geschäftsvorträge und persönliche Treffen mit Unternehmern weltweit (China, USA und Russland). Die neuesten Erkenntnisse im Managementbereich sowie Fallstudien und Diskussionen mit Experten werden Ihre Erfahrungen abrunden. Sie werden Ihr Wissen in einem fächerübergreifenden und internationalen Bereich weiterentwickeln und verbessern. Dies wird Ihnen dabei helfen, mit heiklen Situationen umzugehen und einen wichtigen Grundstein für Ihren persönlichen Erfolg und beruflichen Werdegang legen.

Wenn Sie die notwendigen Prüfungen bestanden und die Master Thesis verfasst haben, wird Ihnen der Titel "Executive MBA BFH" verliehen und sie erhalten 60 ECTS Punkte (European Credit Transfer System). Das EMBA Diplom ermöglicht es Ihnen, weiter zu studieren. Sie haben die Möglichkeit einen DBA (Doctorate of Business Administration) zu erlangen oder auch weitere Programme an anderen europäischen Universitäten, die ECTS Punkte anerkennen, zu absolvieren.

Ziele des Studiums

Die umfassende Ausbildung Executive MBA mit Vertiefung in International Management steht unter dem Leitsatz „Wir lernen, die Globalisierung positiv für das Unternehmen einzusetzen“ und sie befähigt

- zur Führung einer Abteilung in einem Grossunternehmen oder eines KMU nach betriebswirtschaftlichen Methoden und Grundsätzen
- zur Erkennung und Wahrnehmung von Veränderungen im internationalen Umfeld und deren Umsetzung in neue Vermarktungsansätze
- zur Entwicklung einer internationalen Strategie und dem Aufbau von Markteintrittskonzepten
- zum Erwerb interkultureller Kompetenz und der Führung im internationalen Umfeld

Aufbau des Studiums

Aufbau des Studiums:

- 2 Semester Basisstudium der Betriebswirtschaft
- 1½ Semester Vertiefung in International Management
- 1 Semester Master Thesis in D, E oder F

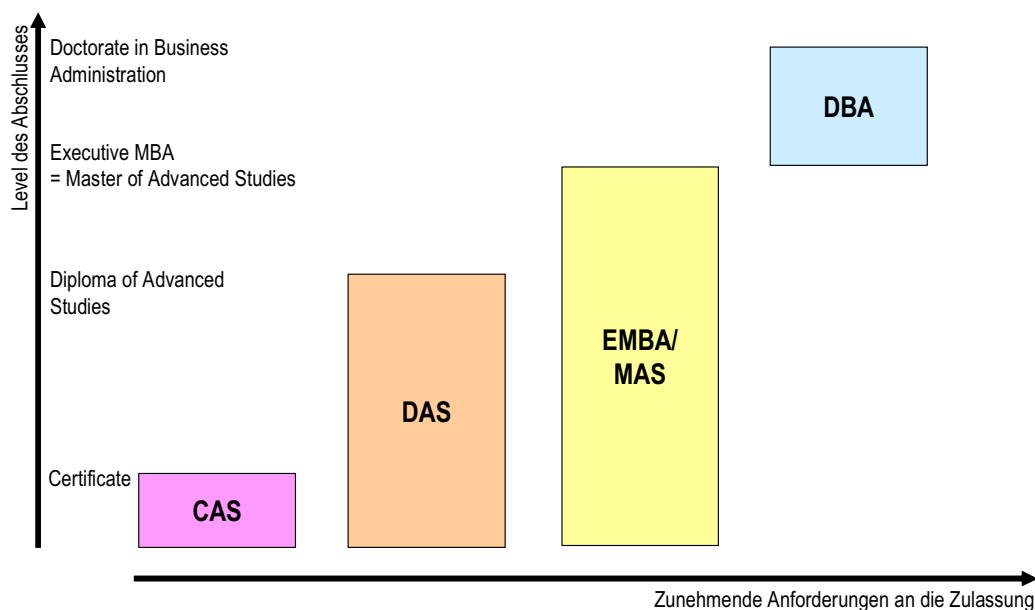
Das Basisstudium Betriebswirtschaft ist für alle berufsbegleitenden EMBA-Programme des Managementzentrums Bern identisch. Studierende haben somit die Wahl zwischen mehreren Vertiefungsrichtungen und müssen sich erst zu Beginn des zweiten Semesters festlegen.

Zulassungsbedingungen

Zugelassen werden InteressentInnen mit FH-, HTL-, ETH- oder Universitäts-Abschluss und mindestens zweijähriger Berufserfahrung.

Das MZBE behält sich das Recht vor, die Zulassung auf BewerberInnen auszudehnen, die gleichwertige Kenntnisse nachweisen können und eine Zulassungsprüfung erfolgreich absolvieren.

Zudem berechtigt ein guter Abschluss des DAS BW-Programms (Note 5 oder besser in der Diplomarbeit) zum Übertritt in eine der Vertiefungsrichtungen des EMBA-Programms.



Der Abschluss Executive MBA mit Vertiefung in International Management berechtigt zur Aufnahme in das DBA-Programm (Doctorate in Business Administration).

Unterrichtstage

Basisstudium: Freitagnachmittag, 14.00 Uhr bis 19.00 Uhr und jeden zweiten Samstag, 09.00 bis 16.00 Uhr

Vertiefungsstudium: Donnerstag/Freitag/Samstag/ 09:00 – 17:00 – in der Regel einmal pro Monat, April– November

Studiengebühren

2 Semester	Basisstudium Betriebswirtschaft (2 x CHF 5'500.-)	CHF	11'000.-
1 ½ Semester	Vertiefung in International Management	CHF	12'000.-
	Reisekosten (ohne Flug)	CHF	4'600.-
1 Semester	Master Thesis	CHF	3'000.-
Total Studiengebühr inkl. Reisekosten (ohne Flug):		CHF	30'600.-

Das Managementzentrum Bern behält sich begründete Preisanpassungen vor.

Leistungsumfang:

- Die Studiengebühren beinhalten die Ausbildung inkl. Lehrmittel (Skripte, Bücher, Kopien).
- Die Studiengebühren werden jeweils zu Semesterbeginn in Rechnung gestellt.
- Hotels in China/USA/Rusland, Bustransfer zum Flughafen und Besuche vor Ort, Unterkunft in 3-Stern-Hotels oder entsprechenden Universitäts-Studentenheimen
- Frühstück, Mittagessen, Kaffeepausen in jedem der ausländischen Module. Bücher und Studienunterlagen, Fallstudien, Prüfungsunterlagen und –gebühren.
- Zugang zur Bibliothek und den Computern und Internetzugang im Managementzentrum Bern
- Nicht im Preis inbegriffen:
 - Flüge nach China/USA/Rusland und Benzinzuschläge oder weitere Kosten
 - Visums- oder andere Flughafengebühren, Mittag- und Abendessen sowie Kaffeepausen während des Aufenthalts in der Schweiz, Abendessen in ausländischen Modulen, persönliche Besuche von Sehenswürdigkeiten oder Theaterbesuche.
- Kosten bei Rückzug oder Abmeldung, Unterbrechung oder Abbruch des Studiums: siehe Anmeldeformular, allg. Geschäftsbedingungen.

Studienplan Executive MBA, Vertiefung International Management

Schwerpunkte	Module	Lernleistung		Credits ECTS
		Anzahl Lektionen à 45 Min.	Total Lernleistung in Std.	
Betriebswirtschaft Teil I 1. Semester	Systemik und Systemisches Projektmgmt.	50	120	4
	Führung im Projektumfeld	20	30	1
	Finanz- und Rechnungswesen, Teil 1	40	60	2
	Unternehmensstrategie	40	90	3
	Living Case BWL, Def. der Aufgabenstellung	10	30	1
	Kommunikation	40	60	2
	Total	200	390	13
Betriebswirtschaft Teil II 2. Semester	Marketing	40	90	3
	Betriebsprozesse	40	90	3
	Finanz- und Rechnungswesen, Teil 2	40	60	2
	Business Statistics	20	30	1
	Living Case BWL, Durchführung	10	120	4
	Arbeitstechnik und Zeitmanagement	20	30	1
	Total	170	420	14
Vertiefung in International Management 1½ Semester	Internationale Strategie	24	36	1
	Leadership Skills/ kulturelle Aspekte	32	48	1.5
	Corporate Finance	32	48	1.5
	Risk Management	16	24	1
	EU Laws	24	36	1
	International Management	16	36	1
	Outsourcing and Value Chain Analysis	8	12	0.5
	Integrated Management	8	12	0.5
	Doing Business in China	48	72	2.5
	Doing Business in Eastern Europe	48	72	2.5
	Doing Business in the US	48	72	2.5
	Internationale Strategie - Fallstudien		42	1.5
Total	304	510	17	
Master Thesis 1 Semeste	Master Thesis		450	15
	Wirtschaftsrecht	20	30	1
	Total	20	450	16
Gesamtstudium		670	1800	60

Modulbeschreibung – Die Themenblöcke des Studiums mit den wichtigsten Inhalten

Basisstudium Betriebswirtschaft

Systemik und Systemisches Projektmanagement

Nutzen des „Systemdenkens“, des Ganzheitlichkeits- und Nachhaltigkeitskonzeptes für die Praxis erkennen ■ Systembeschreibungen, -netzungen und -interpretationen durchführen ■ Methodische und elektronische Tools der Systemik einsetzen ■ Mut und Freude für die Anwendung der Systemik im Alltag gewinnen
Das Thema Projektmanagement (PM) überblicken ■ Projektumfeld systemisch analysieren und Projekt und Projektziele definieren ■ Methoden und Instrumente des PM zielgerichtet und situativ einsetzen ■ Zweckmässiges Projektteam zusammensetzen und Ressourcen planen ■ Projektrisiken einschätzen und ein Projektcontrolling durchführen
Systemik und Projektmanagement durch ein Praxisbeispiel (Fallstudie) vertiefen ■ Zusammenhänge zwischen Systemik und der Anwendungsmöglichkeit im Projektmanagement erkennen ■ Methodenkompetenz entwickeln ■ Projekterfahrung in der Praxis gewinnen

Führung im Projektumfeld

Den persönlichen Führungsstil in Projekten kennen lernen ■ Einflussfaktoren und Teammitglieder analysieren ■ Methoden zur Bestimmung der Rollen in Projekten kennen lernen ■ Führungs- und Kommunikationsformen in den Projektphasen erarbeiten ■ Methoden zum Behandeln von Konflikten im Projektumfeld kennen lernen ■ die Mechanik der Motivation erfahren

Finanz- und Rechnungswesen Teil 1

Zweck und Aufgaben des Finanz- und Rechnungswesens in der Unternehmung kennen ■ Bilanz und Erfolgsrechnung der Unternehmung in den verschiedenen Darstellungsmöglichkeiten und in ihrer Aussagekraft kennen und verstehen ■ Funktion der spezifischen Teile des Rechnungswesens als sinnvolles und notwendiges Führungs- und Bewertungsinstrument für Unternehmen und Unternehmensbereiche kennen

In diesem Modul wird der Stoff des Lehrmittels „Buchhaltung in 20 Stunden“ (Jürg Leimgruber/ Urs Prochinig) als Basiswissen vorausgesetzt. Das Lehrmittel wird vier Wochen vor Studienbeginn den Studierenden per Post zugestellt.

Unternehmensstrategie

Wesentliche Entwicklungen in Absatzmarkt, Wettbewerb und anderen Bereichen der Unternehmensumwelt als dynamische Rahmenbedingungen für die Führung eines Unternehmens erkennen ■ empirische Erkenntnisse und Denkmodelle zu erfolgsversprechenden Unternehmens- und Marketingstrategien kennen lernen und BWL-Unternehmensmodell ableiten ■ ganzheitlichen Planungsansatz von der Entwicklung einer Vision über die strategische Planung bis hin zur Planung konkreter Massnahmen kennen lernen ■ Unternehmensplanung durchführen ■ Strategische Methoden und Denkweisen anhand einer Fallstudie vertiefen ■ Elemente und Aufbau einer BSC verstehen

Kommunikation

Rhetorik: Kunst des Sprechens, der Rhetorik und der Sprechkultur des täglichen Lebens erfahren ■ Persönliche Sprechstimme durch die Anwendung eines sprachlich-orientierten, schauspielerischen Grundwissens trainieren und fördern ■ Durch Abbau von Hemmungen freier sprechen, insbesondere auch im Umgang mit den Medien ■ Sprachliche Aussagekraft im beruflichen und privaten Umfeld durch mehr Sicherheit optimieren

Präsentation: Regeln einer guten Präsentation erfahren ■ Präsentationen derart gestalten, dass sie der eigenen Persönlichkeit entsprechen und demzufolge beim Zuschauer und Zuhörer ankommen ■ Präsentationen erstellen, dass im Zielpublikum Vertrauen zur vortragenden Person entsteht

Marketing

Den Begriff Marketing mit den unterschiedlichen Charakteristiken verstehen ■ Kernbegriffe wie Marketingkonzept, Zielgruppenmarketing, 4Ps etc. erklären, einordnen und abgrenzen ■ Instrumente der Marktforschung anwenden sowie insbesondere Primär- und Sekundärerhebung durchführen und auswerten ■ Fallweise die richtigen Marketing-Strategien anwenden ■ Märkte segmentieren und einen zielgerichteten Marketing-Mix bestimmen ■ Das Käuferverhalten in verschiedenen Märkten erklären und mögliche Auswirkungen ableiten ■ Geeignete Marketing-Instrumente anwenden ■ Ein integriertes Marketingkonzept erstellen ■ Grundlagen des E-Marketing und Marketing-Controlling kennen lernen ■ Marketingkenntnisse anhand einer Fallstudie umsetzen

Betriebsprozesse

Logistik und Supply Chain Management: Stellenwert und Bedeutung von Logistik und Supply Chain Management verstehen ■ Begriffe und Konzepte des Supply Chain Managements kennen ■ Eine Supply Chain auf oberster Stufe für ein bekanntes Unternehmen formulieren ■ Planungsprozesse in der Supply Chain und Kenngrößen zur Steuerung und Kontrolle einer Supply Chain kennen und verstehen

Prozessmanagement: Merkmale von Prozessmanagement im Vergleich zu herkömmlichen Organisationsstrukturen verstehen ■ Strukturieren und priorisieren von Prozessen auf der Basis der strategischen Vorgaben ■ Den KMU-Prozessansatz kennen ■ Instrumente und Rollen zur Prozesssteuerung kennen

Qualitätsmanagement: Ziele, Nutzen und Inhalt moderner Qualitätsmanagement-Systeme kennen ■ Nutzen aus Business Excellence (Europäisches Modell, Amerikanisches Modell) für das eigene Unternehmen ableiten ■ Anwendungsmöglichkeiten von Six Sigma kennen ■ Vorteile eines integralen Managementsystems (Qualität, Umwelt, Sicherheit, Gesundheit, etc.) verstehen

Finanz- und Rechnungswesen Teil 2

Rechtliche und betriebsnotwendige Hintergründe und Zusammenhänge der einzelnen Teile des Finanz- und Rechnungswesens kennen ■ Einflüsse und Handlungen von Entscheidungen auf spezifische Teile des Finanz- und Rechnungswesens kennen ■ Kennzahlen des Finanz- und Rechnungswesens interpretieren, resp. selber berechnen ■ Fachbezogenen Kommunikation mit Fachleuten aus dem Bereich Finanz- und Rechnungswesen führen und deren Dienste im eigenen Bereich sinnvoll einsetzen

Business Statistics

Statistisches Zahlenmaterial anhand geeigneter Diagramme und Kennzahlen auswerten ■ Grundfragen der wahrscheinlichkeitstheoretischen Modellierung von Zufallsexperimenten kennen ■ Einfache Modelle auch rechnen ■ Einige moderne statistische Werkzeuge der schliessenden Statistik kennen und exemplarisch ihre Anwendung verstehen ■ Sensibilisierung gegenüber Fragestellungen, die mit Statistik zu tun haben

Living Case BWL

Vertiefung der BWL-Module durch Umsetzung in einem individuellen Firmenprojekt. Wahl des Themas durch die Studierenden. Behandlung von Fragestellungen aus den Modulen Unternehmensstrategie, Marketing, Betriebsprozesse und Finanz- und Rechnungswesen.

Arbeitstechnik und Zeitmanagement

Individuelle und persönliche Arbeitstechnik und Zeitmanagement so beherrschen, dass tägliche Aufgaben, Termine und Routinearbeiten übersichtlich und klar organisiert werden können ■ Aktive, unterstützende Lösungen erfahren, die die Lebensqualität in einem von Leistungsdruck bestimmten Umfeld sichern helfen ■ Wichtigste Prinzipien des erfolgreichen und motivierten Lernens beherrschen ■ Mit eigenem Stress sowie Stress von Mitarbeitern umgehen können ■ Grundprinzipien von Zeitfallen oder generellem Zeitverlust kennen

Vertiefung in International Management

Internationale Strategie

Makroökonomische Daten und Verhältnisse, Europa, Asien, USA, Ländereinschätzung

- Wirtschaftliche Herausforderungen, Absatzmöglichkeiten und Risikobewertung
- Wettbewerbsfähigkeit der Länder
- Strategie, Organisation und Kultur von internationalen Unternehmen
- Strategieentwicklung für internationale und weltweite Unternehmen
- Erweiterte Konzepte in Strategieentwicklung und Szenario-Überlegungen
- Strategieimplementierung – Fallstudien

Führungs- und Managementqualitäten/kulturelle Aspekte/Cross Cultural Management

Interkulturelle Geschäftsführung: Systemlandschaft: „Ich als Geschäftsführer“

- Führungsrollen
- Führungscharakter: Analyse der Geschäftsinteressenten und Abläufe
- Selbstwahrnehmung und Wahrnehmung von Aussen
- Überblick und Beziehung zwischen den Prozessen des Kernmanagements: Finanzplanung, 3-Jahres-Prognosen, Unternehmensführung mit Zielvorgabe (MBO), Arbeitsplanung, Strategieentwicklung
- Verhandlungstechniken – Konfliktmanagement – Ideenstrukturierung – Beratung von virtuellen Teams – Fallstudien
- Kulturelle Aspekte – Geschäftsverhalten und –Unterschiede in Asien, USA und Europa

Unternehmensfinanzierung

Unternehmens- und Projektbewertung – Value based management

- Finanzwirtschaftliche Kennzahlen verstehen und anwenden: Kapitalwert, Wertschöpfung, Kredit und Kapitalaufwand,
- Risikosicherung mit sekundären Produkten – Übersicht der Handelsfinanzierung: Akkreditive, Garantien und andere Instrumente – Übungen und Fallstudien

Risikomanagement

Erkennen und Einschätzen von Risiken

- Bausteine des unternehmensweitem Risikomanagements
- Rahmen von Risikomanagement-Massnahmen und optimale Verfahren – Frühwarnsysteme – Anwendung von Risikomanagement / Frühwarnsystemen
- Werkzeuge und Systembetreuung
- Übungen

Europarecht

Überblick über die Organe der EU

- Vergleich der Gründungsstandards und Anwendungen in der EU
- Vergleich und Überblick des Organisationsgesetzes, Vertragsrechts, Produktrechts und Wettbewerbsrechts der EU

Geschäfte in China

Joint program mit der Shanghai Jiao Tong University, China

- Einführung in die Entwicklungen und aktuelle Situation Chinas und Südostasiens
- Makroökonomische Entwicklung in China – chinesische Unternehmenskultur
- Podiumsdiskussionen mit chinesischen Unternehmern
- Chinas Geschichte und Konjunkturaussichten
- Unternehmensbesuche in Shanghai und Umgebung
- Einführung in die Entwicklung und aktuelle Unternehmensprodukte, Marktposition, Finanzauskünfte
- Globalisierung und ihr Einfluss auf das Unternehmen (Gesetze, Personal, Produkte, Marketing)
- Stadtbesuch Shanghai (Stadtrundfahrt, Exkursion zu Water City)

Geschäfte in Osteuropa

Joint program mit der State Polytechnic University von St. Petersburg

- Entwicklung Osteuropas
- Gespräche mit Unternehmern vor Ort
- Besuche von Unternehmen in St. Petersburg und Umgebung
- Einführung in die Entwicklung und aktuelle Unternehmensprodukte, Marktposition, Finanzauskünfte
- Globalisierung und ihr Einfluss auf die Unternehmen (Gesetze, Personal, Produkte, Marketing)

Geschäfte in den USA

Joint program mit dem Babson College Boston

Elemente eines globalen Marketingsystems

- Herausforderungen des globalen Marketings hinsichtlich der Produkte, Preise, Standort (Management der Vertriebsstruktur) und Promotion
- Rahmen für die Beurteilung und Durchführung einer globalen Marketingstrategie
- Herausforderung und Veränderungen durch E-Marketing
- Fallstudien
- Präsentation von Unternehmensfällen und Diskussionen mit Unternehmern
- Unternehmensbesuche in Boston und Umgebung
- Globalisierung und ihr Einfluss auf das Unternehmen (Gesetze, Personal, Produkte, Marketing)

Internationale Strategie-Fallstudie

Berichte / Case Studies über die besuchten Unternehmen in den Ländern China, Russland und USA

Master Thesis

Master Thesis (Diplomarbeit)

Die Studierenden wenden ihre umfassenden Kenntnisse in Betriebswirtschaft und Unternehmensführung in einer umfangreichen, innovativen und praktischen Arbeit selbständig an. Die Themen stammen aus der Praxis und in der Regel aus der Firma der AbsolventIn. Die umfassenden Situationskenntnisse lassen anforderungsreiche Aufgabenstellungen zu.

Änderungen / Aktualisierung von Modulen und Inhalten vorbehalten

Dozierende

Ausgewiesene Fachkräfte aus der Wirtschaft

Ammann Paul	Dr. oec. HSG, Leiter EMBA International Management, Global Marketing Unit, Business Unit ABB Transformer Service
Blaurock Uwe	Prof. Dr. jur. / University of Freiburg/Br., University Professor
Brühwiler Bruno	Dr. oec. publ. / Euro Risk Limited, CEO
Bruns Peter	Patentexperte, Dr. rer. nat. Diplomegeologe, Institut für geistiges Eigentum
Bürki Leo	Prof. phil. nat. / Ph.D., CEO BSK-Organisationsentwicklung
Fritschi Ingo	Dipl. Ing. HTL / EMBA / Geschäftsführer Lernzentren LfW, Baden
Gander Andrea	Diplombetriebswirt (BA), Inhaberin Firma Apricon
Gloor Christoph	Prof. Dipl. Ing. ETH / NDS BWL, BFH TI, Leiter Managementzentrum Bern
Haag Gallus	dipl. Wirtschaftsprüfer
Heer Urs	Organisationsentwickler, Urs Heer GmbH Organisation und Personal
Heiz Reto	lic. rer. pol. / EMBA, UBS AG, Leiter Wealth Management Berner Oberland
Henzer Markus	lic. iur. Rechtsanwalt, Andermatt & Henzer
Hügli Stefan	Fürsprecher / Business Start Center BSC AG, Geschäftsführer
Jungmeister Alexander	Dr. phil, CFP / University of St. Gallen, ES-HSG, Executive Vice Director and Adjunct Prof. Charles Sturt University Bathurst, Australia
Keller Marcel	Betriebsingenieur, Keller Consulting
Kraus Pavel	Dr. sc. nat. ETH, Managementberater aht Intermediation
Kraus Pavel	Dr. / aht'intermediation GmbH, Management Consultant
Le Cerf Nils	Pyhsiker, Inhaber Le Cerf Consulting
Mock Elmar	Dipl. Ing. ETH / Geschäftsführer Creaholic AG
Rebsamen Simon	Dipl. Maschinenbau-Ingenieur / MBA / Inhaber Rebsamen Consulting
Riester Axel	MBA
Rohner Hans	Ingenieur FH / Physiker / MBA, Inhaber b4u Zukunftsforschung
Rupp Martin	Dr. sc. techn. / dipl. Ing. ETH, Inhaber V+R Management AG
Rupp Martin	Dr. Ing. ETH / V+R Management AG, Management Consultant, VR
Schmutz Claude	Lic. Rer. pol. LIF Leaders Integrity Foundation, Management Consultant
Straw Rob	Prof. Dr. / Credit Suisse, Bank Director
Streit Rudolf	Dr. sc. nat. ETH / dipl. Chemiker ETH / MBA, Chocolat Frey SA
Stutz Robert	Dr. iur. Fürsprecher LL.M., Beutler Künzi Stutz, Partner
Theiler Hans	El.-Ing. / MBA, Dir. Sales Phonak Communications
Toma Adriano	Betriebswirtschaftler HF, Inhaber Toma Consulting
Urfer Kurt	Marketingplaner mit eidg. Fachausweis, Inhaber Urfer Consulting
Vaucher Denis	Fürsprecher / EMBA, Inhaber Sportflow GmbH
Wang-Messerli Kathy	EMBA / Atlantis Global GmbH, Management Consultant
Wittwer Casparone Heinz	Schauspieler / Regisseur
Wyler Erich	Prof. Dr. sc. math., BFH TI Fachbereichsleiter MNG
Zaugg Michael	Lic. rer. pol. / Dipl. PMS IAP, Valiant Bank
Zellweger Max-Ulrich	Dipl. Masch. Ing. ETH / Pacific Consult AG, Management Consultant

Studieren am Managementzentrum Bern

Wir bieten Ihnen:

- ◆ Programme, welche die technischen und wissenschaftlichen Ausbildungen mit Management-Disziplinen ergänzen und sich an AbsolventInnen der Fachhochschulen, Universitäten und Eidgenössischen Hochschulen richten.
- ◆ Modulare, aufeinander abgestimmte Ausbildungsstufen, die auf Ihre Laufbahnentwicklung abgestimmt sind und Sie in die nächsthöhere Karrierestufe begleiten. Nach Ihrer Grundausbildung führen wir Sie vom Projektmanager bis zum DBA – „Doctor of Business Administration“.
- ◆ Auf Ihrem technischen Wissen aufbauendes Management-Know-how.
- ◆ Praxisorientierte Lehrgänge, die wir laufend auf die Bedürfnisse der Wirtschaft abstimmen.
- ◆ Ausbildungsprogramme, die durch die Mitwirkung von Führungskräften aus der Wirtschaft aktualisiert und mitgestaltet werden.
- ◆ Dozierende aus Industrie und Wirtschaft, die ihr Fachwissen kompetent und praxisnah vermitteln und den Stoff mit „best practice“-Fallbeispielen und „living cases“ vertiefen.
- ◆ Ein hohes Qualitätsniveau der Kurse, unterstützt durch unser breit angelegtes QS-System, das zu kontinuierlicher Verbesserung führt.
- ◆ Die direkte Umsetzung des erworbenen Wissens in den Living Cases und der Master Thesis, in denen Sie eine aktuelle Problemstellung aus Ihrem Praxisumfeld bearbeiten. Wir unterstützen Sie dabei.
- ◆ Die Durchführung internationaler Teile unserer Programme in Kooperation mit Partner-Universitäten in Europa, USA, China und Australien. Dies erleichtert Ihnen den Zugang zu Studienangeboten in andern Ländern und zur Durchführung von internationalen Abschlussarbeiten.

Shanghai, China



Zurzeit ist die chinesische Wirtschaft zwischen der Nummer 2 (Japan) und der Nummer 4 (Deutschland) positioniert. Aber Chinas Wachstum ist viel dynamischer als das seiner Konkurrenten in vergleichbarer Grösse. Seit dem Jahr 1980 ist die Wirtschaft jährlich um 12% gestiegen. Heute wächst sie um etwa 9% jährlich (CH: unter 1%). Im Vergleich zu Indien sind Exporte und BIP etwa zweimal so gross. Dasselbe gilt auch für die Wachstumsrate der Exporte. Quelle: NZZ

Asiaweek Rating: Shanghai Jiao Tong University ist #3 in China



Die Stadt, die niemals schläft – Shopping vom Feinsten



Exotische Mahlzeiten bei persönlichen Treffen von schweizerischen und chinesischen Unternehmern.



Modernste Ausstattung und erfahrene Dozenten helfen dabei, einen bleibenden Eindruck zu hinterlassen.



Die Geschichte und das Erbe der Vergangenheit sind noch immer allgegenwärtig.

St. Petersburg, Russland



Noch vor 10 Jahren galt Russland für den Westen als beinahe hoffnungsloser Sanierungsfall. Heute ist Russland wieder eine Weltmacht. Dies ist einerseits auf die enormen innenpolitischen Veränderungen zurückzuführen, andererseits aber auch mit der Bedeutung Russlands als Energieversorger. Die russische Wirtschaft wächst ungebrochen: Seit 1999 durchschnittlich um mehr als sechs Prozent im Jahr.

Die Saint-Petersburg Polytechnical University ist die "ETH" Russlands und wurde 1899 gegründet.



Der Petersdom - ein Zeichen der Geschichte und des Zaren



Die Saint-Petersburg Polytechnical University



Der St. Petersburg Fluss bei Sonnenuntergang



Das internationale Institut der Saint-Petersburg Polytechnical University

Boston, USA



Babson College: Financial Times MBA Rating 2007 # 1 in weltweiter Geschäftsführung

5 der weltweit besten Aus- und Weiterbildungsstätten



Der Hafen in Boston – berühmt für seinen Wassersport



Boston bei Nacht - Downtown



EMBA Klasse vor dem Zentrum für Executive Education



Das Babson College ist ein typischen New England College

Kontaktpersonen und Adressen

Berner Fachhochschule
Technik und Informatik
Managementzentrum Bern

Wankdorffeldstrasse 102
Postfach 325
3000 Bern 22
Fax +41 (0)31 333 06 25
Standortplan: <http://map.search.ch/3014-bern/wankdorffeldstrasse-102>

Studienleiter:
Dr. Paul Ammann
Tel +41 (0)31 848 32 09
paul.ammann@bfh.ch

Assistenz:
Jacqueline Ducret
Tel +41 (0)31 848 32 14
jacqueline.ducret@bfh.ch

Weitere Informationen:
www.emba.ch

Unsere internationalen Partneruniversitäten



Charles Sturt University
Faculty of Commerce
Sydney, Australia
www.csu.edu.au



Babson College
Boston, USA
www.babson.edu



Shanghai JiaoTong University
Antai School of Management
Shanghai, China
www.asom.sjtu.edu.cn



State Polytechnic University
St. Petersburg, Russia
www.imop.spbstu.ru



Wir sind Member von AACSB

AACSB, Association to Advance Collegiate Schools of Business, ist die führende Vereinigung und Akkreditierungsstelle von Business Schools.