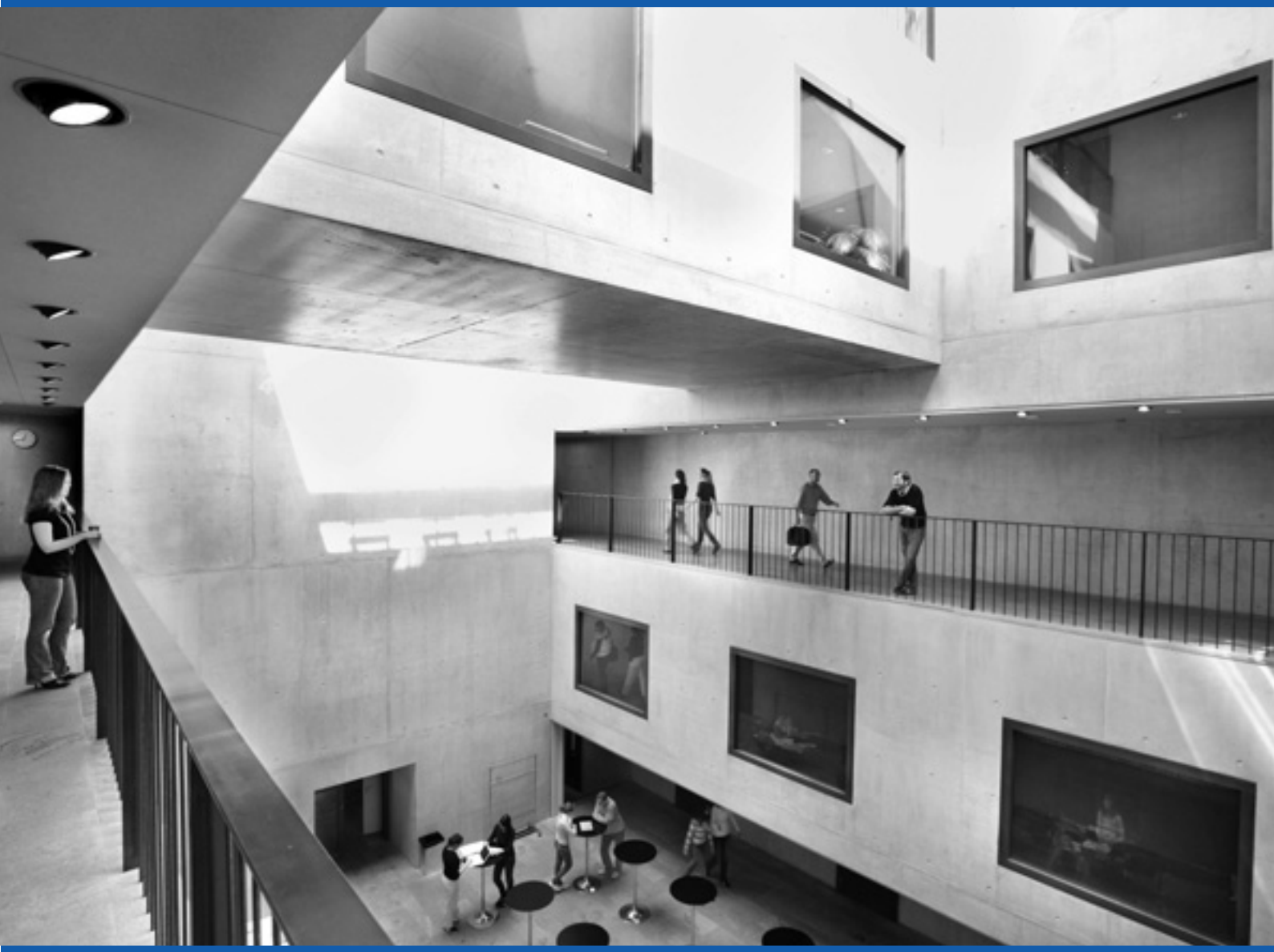
HWZ
Hochschule für Wirtschaft Zürich



Report 2007/08

Inhalt

Darum wählen Studierende die HWZ

1. **Über 20 Jahre Erfahrung mit berufsbegleitenden Ausbildungen**
   Die HWZ ist die grösste berufsbegleitende Hochschule der Schweiz im Bereich der Wirtschaft.

2. **Zentrale Lage im Herzen von Zürich**
   Die zentrale Lage – direkt beim Hauptbahnhof Zürich – erhöht Ihre Flexibilität und bringt Ihnen einen Zeitgewinn.

3. **Aufbauendes und Bologna-konformes Angebot**
   Die HWZ begleitet Sie nach oben – vom Bachelor über den Master bis zum Doktorat.

4. **Internationale Vernetzung**
   Die starke internationale Ausrichtung der HWZ erhöht den Wert Ihres Studienabschlusses und ermöglicht Ihnen ein allfälliges Auslandssemester an einer internationalen Partneruniversität.

5. **Konsequente berufsbegleitende Ausrichtung**
   Alle unsere Aus- und Weiterbildungen setzen eine studienbegleitende Praxistätigkeit voraus. Das erlernte Wissen können Sie rasch umsetzen.

6. **Ausgeprägter Praxisbezug**
   Die Dozierenden an der HWZ sind Entscheidungsträger aus Wirtschaft und Forschung. Sie garantieren einen praxisorientierten Wissenstransfer.

7. **Grosses Netzwerk**
   Die Kontaktpflege innerhalb der Alumni HWZ ermöglicht es Ihnen, ein wertvolles, dauerhaftes Beziehungsnetz aufzubauen.

8. **Studienabschluss mit Mehrwert**
   HWZ-Absolventinnen und -Absolventen haben grössere Aufstiegschancen im Beruf und profitieren von einem höheren Lohnniveau.

3 VORWORT

4 COMMITMENT

6 ENGAGEMENT

9 QUALITÄTSMANAGEMENT

10 INNOVATION

12 FORSCHUNG & ENTWICKLUNG

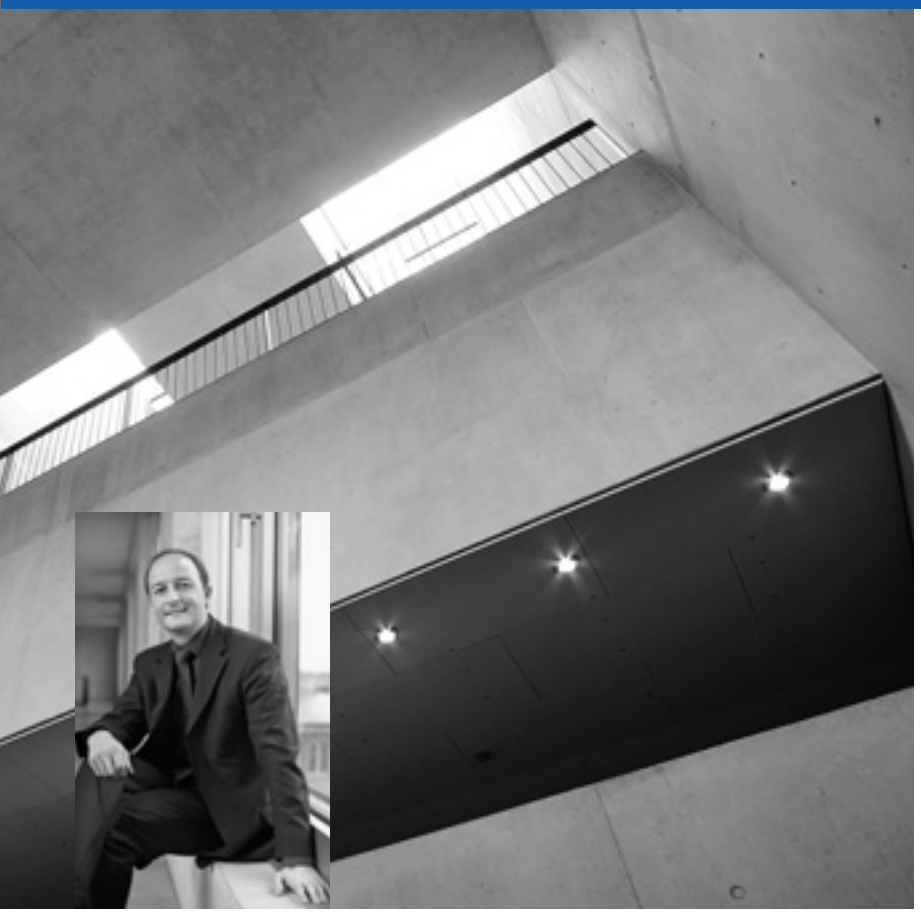
14 INTERNATIONALISIERUNG

15 PARTNERSCHAFTEN

16 NETWORKING

17 SOCIAL LIFE

18 ORGANISATION



«POSITIVE ERGEBNISSE SIND EIN ANSPORN FÜR WEITERE FORTSCHRITTE»: Urs Marti, VR-Delegierter der HWZ

Immer mehr Berufstätige wollen Studium und Karriere miteinander verbinden. Dass berufsbegleitende Studiengänge im Trend sind, belegt unser neuer Anmelderekord: Noch nie haben sich so viele Studentinnen und Studenten für die Bachelor-Studiengänge der HWZ eingeschrieben wie im vergangenen Herbst. Die Neueintritte übertrafen den Vorjahreswert um 14 Prozent. Besonders Betriebsökonomie und Kommunikation standen bei der Wahl der Studienrichtung im Vordergrund.

Die positiven Ergebnisse freuen uns sehr. Sie sind ein Hinweis, dass wir innerhalb der HWZ strategisch und operativ am gleichen Strick ziehen. Auch zeigen sie, dass wir auf allen Stufen gute Arbeit leisten und dass wir uns verbessert haben. Vor allem aber spornen uns diese Ergebnisse zu weiteren Fortschritten an. Die HWZ wird künftig noch stärker durch Qualität und Reputation hervortreten. In der Ausbildung haben wir mit den Bachelor-Studiengängen eine langjährige Erfahrung. Unsere Dozierenden stehen in der Berufswelt und erkennen und erleben die neusten Entwicklungen auch in der Praxis. Dank dieser soliden Basis und einem gezielten Qualitätsmanagement streben wir die Kompetenzführerschaft unter den Fachhochschulen an. Kurz: Die HWZ wird zu einer Premium-Marke.

Am deutlichsten wächst die HWZ im Weiterbildungsbereich, also mit zusätzlichen Studiengängen. Eine führende Rolle nehmen wir in den ökonomischen Disziplinen ein. Dort zeichnen wir uns bereits in den Kompetenzfeldern Betriebsökonomie, Kommunikation und Wirtschaftsinformatik aus. Auch die angewandte Forschung mit Fokus auf strategisches Management und Stakeholder View gehört zu unseren einzigartigen Stärken. Die internationale Vernetzung, die Einbindung wissenschaftlicher Aspekte in die Lehre sowie der persönliche Kontakt unserer ausgewiesenen Dozentinnen und Dozenten zu ihren Studentinnen und Studenten sorgen dafür, dass die HWZ zunehmend ein ideales Sprungbrett für mehr Erfolg in Beruf und Leben wird.

Bemerkenswert sind auch die leistungsfähigen und flexiblen Strukturen der HWZ. Gegenüber den staatlichen Fachhochschulen haben wir etwa den Vorteil der kürzeren Entscheidungswege. Damit können wir schneller auf die Ausbildungsnachfrage der Wirtschaft reagieren und die Studiengänge an die Bedürfnisse der Studierenden, Dozierenden und Arbeitgeber anpassen. So erreichen wir höchsten Nutzen für unsere Kunden und sichern uns die Premium-Position.

Urs Marti, VR-Delegierter der HWZ

«Ein Studium soll auch ein Erlebnis sein, an das man sich gerne erinnert.»

Das Studienprogramm noch gezielter an die Bedürfnisse der Studierenden anpassen: Rektor Prof. Dr. Jacques Bischoff erklärt, wie sich das Studienangebot der HWZ entwickelt und welches die Trends im Bildungsmarkt sind.

Jacques Bischoff, haben Sie schon ausgelernt oder bilden Sie sich auch regelmässig weiter?
Auch als Leiter einer Hochschule hat man nie ausgelernt. Ich bilde mich «on the job» und an Fachtagungen weiter. Leider gibt es keinen Master-Studiengang für Rektoren. Dieser würde mir vieles erleichtern. (Lacht.)

Wie sähe ein solcher idealerweise aus?
Ich würde eine Weiterbildung besuchen, die alle Facetten meiner beruflichen Tätigkeit abdeckt. Das wäre ein spannender Cocktail aus verschiedenen Modulen unserer Master-Studiengänge – verbunden mit einem Schuss Psychologie und Philosophie.

Was fordert Sie in Ihrem Beruf ganz besonders heraus?
Eine der grössten Herausforderungen besteht darin, attraktive Studienprogramme zu entwickeln, die in der Praxis einen echten Bedarf abdecken und den Studierenden einen beruflichen wie persönlichen Mehrwert bringen, ihre Arbeitsmarktfähigkeit erhöhen und die individuelle Entwicklung fördern. Und schliesslich soll ein Studium auch ein Erlebnis sein, an das man sich gerne erinnert.

Welche Note geben Sie der HWZ heute?
Was für mich gilt, gilt auch für die HWZ: Man hat nie ausgelernt und kann sich immer verbessern. Auf einer Skala von 1 bis 6 gebe ich der HWZ deshalb die Note 5,2. Die Note entspricht erstens den Evaluationen der Kurse durch die Studierenden selbst. Zweitens stimmt sie mit den Feedbacks der Studiengruppen in persönlichen Gesprächen überein. Und drittens deckt sie sich mit den vielen Gesprächen, die wir mit den Arbeitgebern der Studierenden führen. Die Bestnote bleibt aber unser Ziel.

Und wie erreicht die HWZ die Bestnote?
Nichts geht über eine hohe Qualität. In allen Hochschulbereichen müssen wir auch weiterhin alles daransetzen, dass sich unser Dozententeam aus hoch motivierten, begeisterten und begeisternden Persönlichkeiten zusammensetzt. Wir verbessern uns stetig in der Organisation und Administration. Zudem setzen wir künftig noch stärker auf moderne und didaktisch überzeugende Lehrformen.

Was sind denn die Trends am Bildungsmarkt?
Von einer Fachhochschule wird erwartet, dass sie ein breites Aus- und Weiterbildungsangebot bietet, das sowohl die Ansprüche von Generalisten als auch jene der Spezialisten abdeckt. Das Studienprogramm muss stark praxis- und markt-

Dank der privatrechtlichen Struktur haben wir die Flexibilität, um schnell auf die Bedürfnisse des Marktes zu reagieren.

orientiert sowie bedürfnisgerecht ausgerichtet sein. Dabei sind berufsbegleitende Studiengänge immer stärker gefragt. Diesbezüglich sind wir bestens aufgestellt. Der Trend geht auch hin zu national und international anerkannten Diplomen nach dem Bologna-Modell. Eine wichtige Tendenz ist ferner das Lifelong Learning, also die ständige Aktualisierung und Weiterentwicklung des Wissens. Die Halbwertszeit des eigenen Know-hows sinkt ja immer schneller, weshalb der Nachholbedarf entsprechend zunimmt.

Prof. Dr. Jacques Bischoff ist seit über drei Jahren Rektor der HWZ. Der ausgebildete Jurist mit Doktortitel und Rechtsanwaltspatent sowie betriebswirtschaftlicher Weiterbildung an der Stanford University verfügt über langjährige Erfahrung in der Wirtschaft, Forschung und Lehre. Sein privatwirtschaftlicher Werdegang führte ihn vom Rechtsdienst einer Grossbank bis zu geschäftsführenden Funktionen im Finanzbereich sowie zu mehreren Verwaltungsratssitzen. Parallel dazu war er in den letzten 23 Jahren Dozent, u.a. an den Universitäten Zürich und St. Gallen sowie am Institut für Finanzdienstleistungen, Zug.

Inwiefern macht Ihnen die demografische Entwicklung einen Strich durch die Rechnung?
Sie stellt eine Herausforderung bei den Bachelor-Studiengängen dar, weil es in diesem Bereich künftig weniger potenzielle Studierende geben wird. Gleichzeitig eröffnet sie uns aber grosse Chancen im Weiterbildungsbereich. Denn gerade auch wegen des Trends zum Lifelong Learning nimmt die Bedeutung der beruflichen Weiterbildung markant zu, wobei immer mehr Personen einen Hochschulabschluss anstreben. Das Ziel der HWZ ist es daher, dass der Bereich Weiterbildung künftig die Grösse des Bachelor-Bereichs erreicht – oder sogar übertrifft.

Ist die HWZ dabei auch auf gutem Wege?
Davon bin ich überzeugt. Nicht nur die Rekordzahl bei den Neueintritten, sondern auch der gute Ruf unserer Studiengänge sowie die hohe Weiterempfehlungsrate der Studierenden sind ein Beweis dafür, dass die HWZ in der Aus- und Weiterbildung etabliert und anerkannt ist. Dieses Profil werden wir mit dem Ausbau weiterer Studiengänge schärfen. So haben wir erst kürzlich vom Bund grünes Licht für den Master of Science in Business Administration erhalten. Mit der Vertiefung «Major in Strategic Management» ist dieser konsekutive HWZ-Master einzigartig in der Schweizer Hochschullandschaft. Zudem lancieren wir noch in diesem Jahr verschiedene neue Studiengänge im Weiterbildungsbereich.

Wie behalten Sie die Übersicht über die Bedürfnisse am Markt?
Wir stellen unsere strategische Positionierung immer wieder in Frage. Wo wir den Markt nicht richtig eingeschätzt haben, korrigieren wir den Kurs. Das machen wir etwa, indem wir Studiengänge, die den Marktanforderungen nicht genügen, aufgeben oder das Potenzial von erfolgreichen Studiengängen weiter ausbauen. Dank der privatrechtlichen Struktur haben wir die nötige Flexibilität, um schnell auf die Bedürfnisse des Marktes zu reagieren.

Hand aufs Herz: Fehlt Ihnen als Rektor nicht die Lehrtätigkeit?
Ja, die Lehrtätigkeit fehlt mir – zumal ich während über 23 Jahren auch Lehrbeauftragter an Universitäten und Fachhochschulen war. Ich habe lange gehofft, auch als Rektor ein kleines Lehrpensum übernehmen zu können. Aus zeitlichen Gründen ist dies zurzeit leider nicht möglich. Dieses Manko versuche ich wettzumachen, indem ich oft die Studierenden persönlich treffe oder einzelne Studiengruppen in Projekt-Management-Seminaren betreue. Selbst zu erleben, welche grossartigen Leistungen die Studierenden und Dozierenden erbringen, bereitet mir immer wieder echte Freude.

«Als Master-Dozent muss ich immer à jour sein.»

Master-Studierende eignen sich an der HWZ vertieftes und aktualisiertes Wissen an. Weshalb dieses Know-how ein essenzieller Erfolgsfaktor ist, erklärt Prof. Dr. Oliver Heil, Dozent im Studiengang Executive MBA – Marketing.

Oliver Heil, was beflügelt Sie am Unterrichten?
Die grösste Freude bereiten mir die Studierenden selbst. Gerade an der HWZ ist die Stimmung so gut, dass im Unterricht ein interaktiver und synergetischer Austausch stattfindet. Die Teilnehmer bringen ja viel Praxiserfahrung mit und wollen diese mit dem neusten akademischen Wissen ergänzen und vertiefen. Sie sind also motiviert und engagiert. Das ist für alle Beteiligten sehr fruchtbar.

Sie profitieren also auch von den Studierenden?
Sicher, denn mit ihrem Wissen und den zahlreichen Wortmeldungen ergänzen sie den Unterricht auf ideale Weise. Die Absolvierenden eines Master-Studiums sind meist in den unterschiedlichsten Industrien tätig. Dies ermöglicht mir, praktische Fragestellungen aus verschiedenen Perspektiven und in Bezug auf verschiedene Anwendungsgebiete zu durchleuchten. Dieses Geben und Nehmen empfinde ich eindeutig als Bereicherung. Von diesem Austausch profitieren Lehrende und Lernende.

Wie halten Sie als Wissensvermittler die Studienqualität auf konstant hohem Niveau?
Der Stoff ist immer praxisorientiert. Zudem bereichern wir den Unterricht ständig mit aktuellen Fallbeispielen. Wir konfrontieren die Studierenden also gerade mit jenen Fragestellungen, über welche sich auch die Unternehmen den Kopf zerbrechen müssen. Derzeit etwa die Krise an den Finanzmärkten, die natürlich auch die Unternehmen betrifft, in denen unsere Executive-MBA-Studenten arbeiten. Die neusten Erkenntnisse aus der Forschung fliessen anwender- und entscheidergerecht in den Unterricht ein. Als HWZ-Dozent muss ich also

immer à jour sein. Selbstverständlich erwarte ich von den Studierenden auch eine gewisse Vorarbeit in Form von Vorbereitungen und Hausaufgaben – was sie auch fast immer leisten.

Weshalb ist ein Master-Studium an der HWZ ein Baustein zu mehr Erfolg im Berufsleben?
Master-Studierende bekommen an der HWZ einerseits fundiertes, aktuelles und praxisorientiertes Fachwissen vermittelt. Darauf aufbauend müssen sie sich andererseits zusätzliches Know-how und weitere Kompetenzen erarbeiten – und zwar berufsbegleitend und über mehrere Semester. All das bedeutet ein hartes Stück Arbeit. Am Ende des Studienganges wissen sie nicht nur sehr viel, sondern haben obendrein gemerkt, zu welchen

«An der HWZ vermitteln wir den Master-Studierenden fundiertes, aktuelles und praxisorientiertes Fachwissen.»

Prof. Dr. Oliver Heil, (Ph.D.) ist an der HWZ Professor im Studiengang Executive MBA Marketing sowie Chaired Professor of Marketing an der Johannes-Gutenberg-Universität Mainz.

Leistungen sie fähig sind – eine Einsicht, die das Selbstwertgefühl stärkt.

Wie wirkt sich dies auf die Karrierechancen aus?
Vertieftes und aktualisiertes Wissen ist ein essenzieller Faktor, den die Master-Absolvierenden direkt in ihre berufliche Tätigkeit einbringen. Das neu erworbene Bewusstsein über ihre Leistungsfähigkeit dürfte sie in diesem Vorhaben bestärken. Diese Kompetenzen nützen also auch dem Unternehmen und werden vom Arbeitgeber goutiert – und honoriert. Kurz: Ein berufsbegleitendes Master-Studium an der HWZ begleitet die Teilnehmer sicherlich auf ihrem Weg nach oben.

Inwiefern bringt eine Weiterbildung zum Master die Studierenden privat weiter?
Wer ein Master-Studium absolviert, ist nie allein, sondern ständig mit anderen kompetenten und ehrgeizigen Mitstudierenden in Kontakt. Daraus ergeben sich neue Bekanntschaften und Freundschaften, die ein Leben lang halten können. Das führt nicht nur zu einem wertvollen Erfahrungsaustausch, sondern vergrössert besonders auch das eigene Netzwerk. Und erfahrungsgemäss kann Networking im Leben viele Türen öffnen.

Ist ein Master letztlich eine Spezialisierung für Generalisten oder eher ein generalistisches Studium für Spezialisten?
Es ist «sowohl als auch», denn die Master-Ausbildung hat für beide entscheidende Vorteile. Der Generalist eignet sich das erforderliche Spezialwissen an, während der Spezialist sein branchenspezifisches Know-how mit Kenntnissen in Betriebswirtschaft, Management oder Leadership erweitert. Heute gibt es vermehrt Spezialisten wie Ärzte oder Juristen, die sich nach zusätzlichen beruflichen Optionen umsehen. Auch für sie ist ein Executive MBA höchst hilfreich.

Das Angebot an Master-Studiengängen wächst markant. Wie finden Interessenten eigentlich den «richtigen» Master?
Entscheidend sind sicherlich Faktoren wie etwa Fachgebiet, Lehrinhalt, Kosten oder Studienort. Mit dem erstklassigen Studienprogramm und der zentralen Lage inmitten einer Metropole der Weltklasse spielt die HWZ dabei in der obersten Liga. Darüber hinaus ist auch die Reputation ein massgebender Faktor: Welchen Ruf haben die Master-Studiengänge einer bestimmten Fachhochschule? Keine Frage, die HWZ geniesst mit ihrem Angebot eine exzellente Reputation – weshalb sie gerne und oft weiterempfohlen wird.

Was war Ihr schönstes Erlebnis als HWZ-Dozent?
Das schönste Erlebnis wiederholt sich jedes Jahr, wenn meine Klasse die so genannte Marktwertsimulation macht. Sie gilt weltweit als beste und schwerste. Rund zehn Jahre Business-Interaktion werden simuliert. Dabei treten die Teilnehmer in Gruppen gegeneinander an. Beim Vortragen der Resultate der jeweiligen Periode gehen die Studierenden fast über Tische und Bänke. Und man stelle sich das Gejohle und Geschrei bei der Evaluation der Gewinner und Verlierer vor! Dieser Eifer begeistert und motiviert mich immer wieder von neuem. Hier wird viel gearbeitet und gelernt – aber auch einmal gelacht.

Hohes Renommee aus erster Quelle

Die HWZ geniesst einen exzellenten Ruf: Die meisten Studierenden schätzen die Marke HWZ und würden ihre Fachhochschule weiterempfehlen, wie aus einer Diplomarbeit hervorgeht.

Worin besteht die aussergewöhnliche Leistung der HWZ? Bei der Beantwortung dieser Frage waren sich zahlreiche Studentinnen und Studenten der HWZ einig: Ihre Fachhochschule zeichne sich durch vertiefte und praxisbezogene Studiengänge, durch ein optimal berufsbegleitend ausgerichtetes Studienangebot sowie durch die zentrale Lage aus, so die HWZ-Studierenden. Darüber hinaus mache vor allem ihr Renommee die HWZ so einzigartig. Und nicht zuletzt seien die vielen erfolgreichen HWZ-Absolventen ein Vorbild. Auf diese erfreulichen Aussagen ist Michael Gyenge, Bachelor-Student in Betriebsökonomie, im Rahmen seiner letztjährigen Diplomarbeit zum Thema «Online-Marketing als Akquisitionsinstrument der HWZ» gestossen. Rund 1500 Studierende wurden dabei befragt.

SCHÄTZT DAS RENOMMEE DER HWZ: Michael Gyenge, Bachelor-Student in Betriebsökonomie.

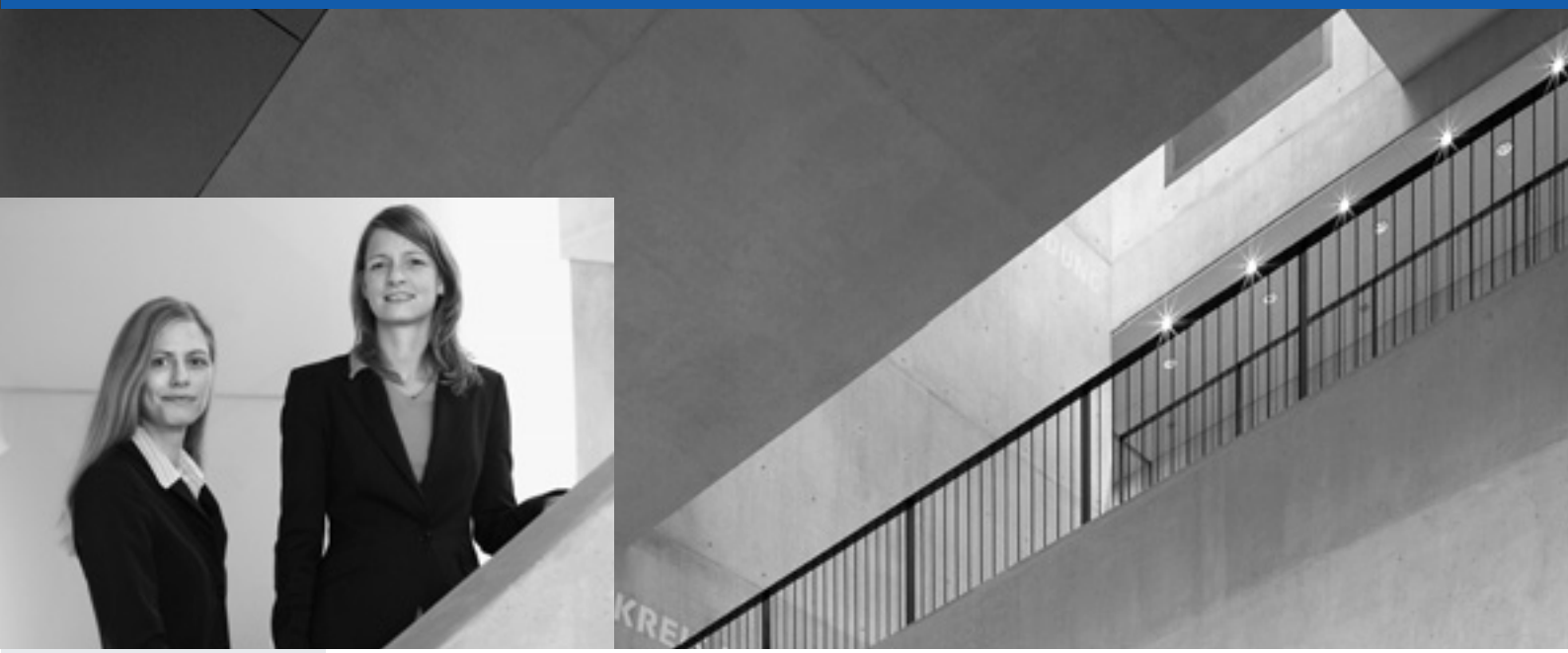
In Michael Gyenges Studie beurteilten zwischen 84 und 97 Prozent der rund 550 HWZ-Studierenden, welche an der Befragung teilgenommen haben, die Marke HWZ als positiv. Daher erstaunt es nicht, dass ein Grossteil der Studentinnen und Studenten ihre Fachhochschule grundsätzlich weiterempfehlen würde. Bei den Bachelor-Studenten waren es im Schnitt rund 87 Prozent, bei den Master-Studenten sogar über 94 Prozent.

84 bis 97 Prozent der befragten Studierenden beurteilen die Marke HWZ als positiv.

Die Umfrage förderte auch zu Tage, dass ein grosser Teil der Studierenden die Aus- und Weiterbildung aufgrund einer Empfehlung von Dritten an der HWZ absolviert. So gaben etwa 60 Prozent der befragten Bachelor-Studierenden in Betriebsökonomie an, dass sie dank einer Empfehlung auf die HWZ aufmerksam wurden.

Die hohe Weiterempfehlungsrate und das grosse Renommee sind ein Grund zur Freude – und ein Beweis dafür, dass die HWZ als etabliertes Aus- und Weiterbildungszentrum seit über 20 Jahren in der Schweizer Bildungslandschaft ihre Studierenden nach oben begleitet. Gleichzeitig verpflichtet dies die HWZ aber auch dazu, Qualität und Attraktivität der Angebote weiterzuentwickeln.

Quality Excellence



ENGAGIEREN SICH FÜR DIE QUALITY EXCELLENCE AN DER HWZ: Dr. Barbara Scheidegger (rechts) und Theresa Langer (links).

Quality Excellence hat oberste Priorität im Quality Management der HWZ: Das Projekt rückt qualitätssteigernde Massnahmen auf der Ebene der Fachbereiche sowie die Bekämpfung von Plagiatsfällen ins Zentrum.

Die Schulleitung der Fachhochschule hat in Zusammenarbeit mit dem Quality Management das Projekt Quality Excellence lanciert. Im Teilbereich Lehre verfolgt das Projekt das Ziel, die Lehrqualität an der HWZ auf einem konstant hohen Niveau zu etablieren. Im Teilbereich Administration geht es derweil darum, die Administrationsprozesse noch effizienter und sicherer zu machen.

Drei Ansatzpunkte verhelfen zur Quality Excellence in der Lehre:

1. Die Sicherstellung der systematischen und regelmässigen Überprüfung der Lehrpläne aller Studien- und Jahrgänge in der Bachelor-Ausbildung verbessert die Koordination in und zwischen den Fachbereichen.

2. Weitere Qualitätssteigerungen in den einzelnen Fachbereichen werden erzielt, indem zusammen mit den Fachreferentinnen und -referenten Situationsanalysen durchgeführt und fachspezifische Projekte in den zentralen Fachbereichen lanciert werden.

3. Die hohe Qualität der Diplomarbeiten wird sichergestellt, indem die Arbeiten auf Plagiatsfälle sowie auf die Erfüllung der erforderlichen wissenschaftlichen Kriterien zentral überprüft werden.

Neben diesem Projekt werden auch weiterhin die etablierten Instrumente des Qualitätsmanagements an der HWZ eingesetzt und verfeinert. Dazu zählen die regelmässigen Kursevaluationen mittels elektronischer Studierendenbefragungen, die Befragung der Diplomanden, die Gespräche mit Studiengruppensprechern, Weiterbildungsveranstaltungen sowie Coachings für Dozierende.

Mehr Möglichkeiten dank neuen Lehrgängen

Die HWZ baut das Weiterbildungsangebot gezielt aus. Für die Studierenden ergeben sich neue und spannende Möglichkeiten, ihr Know-how zu aktualisieren und praktisch wie theoretisch auf ein höheres Niveau zu bringen.

Master of Science (MSc) in Business Administration, Major in Strategic Management

Der konsekutive Master of Science (MSc) in Business Administration mit einem Major in Strategic Management basiert auf einem integralen Konzept. Einerseits werden Aspekte der modernen Unternehmensführung nach den neusten Erkenntnissen in der Praxis und Forschung behandelt. Andererseits bietet der Major eine vertiefte Auseinandersetzung mit aktuellen Fragestellungen und Ansätzen der strategischen Unternehmensführung. Wissenschaftliche Praxisprojekte und Praxisarbeiten vermitteln die forschungsbasierten Kompetenzen. Ein Studienaufenthalt an der Darden School of Business, University of Virginia (USA), sowie internationale «Case Studies» im Rahmen der praxisorientierten Forschung runden das Studium ab. Dieser berufsbegleitende konsekutive Master richtet sich an Personen mit einem Bachelor- oder FH-Abschluss und beginnt im März 2009.

Executive MBA – General Management

Dieser neue Executive MBA bietet Managementwissen in der ganzen Breite des «General Management». Er vermittelt Wissen auf dem aktuellsten Stand in modernem Management und befähigt die Studierenden, wirtschaftliche Organisationen leistungsgerecht und wachstumsorientiert zu gestalten. Das Studium ist methodisch konsequent und integral in der Systematik Analyse – Beurteilung – Umsetzung aufgebaut. Dank einer «Case Studies»-basierten Ausrichtung erleben die Teilnehmenden ein stark praxisorientiertes Studium. In das berufsbegleitende Studium eingebettet sind ebenfalls Herausforderungen aus der eigenen Praxis («Living Cases»). Optional ist ein Studienaufenthalt an der Darden School of Business, University of Virginia (USA). Dieser Studiengang startet im Herbst 2008.

MAS Project Management

Im Rahmen der Professionalisierung des Projektmanagements lanciert die HWZ ab Herbst 2008 einen MAS Project Management. Ziel dieses Studienganges ist es, Projektleitern mit grosser Erfahrung in der Praxis die Möglichkeit zu geben, ihre Profession auch auf Hochschulniveau abzuschliessen. Das Studium dauert drei Semester. Partnerin bei der Umsetzung dieses anspruchsvollen MAS-Studiums ist die Schweizerische Gesellschaft für Organisation und Management (SGO). Das Studium verknüpft praktische Fragestellungen und aktuelle Themen des Projektmanagements mit den entsprechenden theoretischen Grundlagen und den erforderlichen Vertiefungen in Betriebswirtschaft, Projektarten und strategischen Themen.

MAS Health Care Management

Das Master-Studium in Health Care Management richtet sich an Personen, die eine grössere Führungsverantwortung in einer Institution des Gesundheitswesens wahrnehmen und ihr Managementwissen gezielt verbreitern und umfassend vertiefen wollen. Verstärkter Wettbewerb, Sparanstrengungen der öffentlichen Hand und gestiegene Ansprüche der Stakeholder sind aktuelle Trends im Gesundheitswesen. Im Vordergrund steht heute nicht mehr das Verwalten, sondern das Managen und proaktive Ausrichten auf zukünftige Herausforderungen. Was macht eine erfolgreiche Führungsperson aus? Welche Instrumente stehen der Führungsperson zur Gestaltung des Führungsprozesses zur Verfügung? Auf diese und weitere Fragen werden in der Ausbildung differenzierte Antworten gegeben. Der Studiengang wird in Kooperation mit wittlin stauffer ag durchgeführt.

CAS Kundenkommunikation

Im August 2008 beginnt der neue Zertifikats-Lehrgang CAS Kundenkommunikation. Das berufsbegleitende Programm auf Master-Stufe deckt auf kompakte Weise die gesamte Bandbreite moderner Kundenkommunikation ab und steht unter dem Patronat des BSW Swiss Leading Agencies. Der Lehrgang behandelt die Kundenbeziehungsthematik unter Berücksichtigung neuester technischer und medialer Entwicklungen.

Ankündigung

Die folgenden weiteren Studiengänge werden Anfang 2009 lanciert:

- DAS Live Communications
- CAS Leiter Live Communications
- CAS Manager Live Communications

Detailinformationen zu allen HWZ-Studiengängen finden Sie unter **www.fh-hwz.ch**

Kompetent, innovativ, produktiv: Forschungsprojekte der HWZ

Das «Center for Strategic Management/Stakeholder View» erntet weltweit Lob und Anerkennung für seine Projekte in der angewandten Forschung.

Praxis und Wissenschaft liegen bisweilen weit auseinander – nicht aber an der HWZ. Dafür sorgt das professionelle Team um Prof. Dr. Sybille Sachs, das seit der Gründung des Kompetenzzentrums «Center for Strategic Management/ Stakeholder View» mit Erfolg auf dem Gebiet des Stakeholder-orientierten strategischen Managements forscht.

Das Kompetenzzentrum geniesst bei Praktikern sowie in der internationalen Forschergemeinde ein hohes Ansehen. Die Forschungsergebnisse werden in wissenschaftlichen Zeitschriften und an Symposien verbreitet. In den letzten fünf Jahren waren es rund zwanzig Papers an internationalen Konferenzen, zehn Artikel in führenden Zeitschriften, vier Dissertationen sowie mehrere Buchbeiträge. Die Studierenden der HWZ profitieren direkt von den Forschungsaktivitäten, denn die Ergebnisse fliessen stets in die Vorlesungen sämtlicher Studiengänge ein.

Zwei Forschungsprojekte, die eine bedeutende methodische und inhaltliche Innovation darstellen, veranschaulichen das Know-how des Kompetenzzentrums: «Good Practices of Stakeholder View» und «ICT-gestütztes Stakeholder-Management»:

«Good Practices of Stakeholder View»

Wie entwickeln und implementieren Unternehmen eine umfassende Stakeholder-Orientierung? Dieser Frage ging das Projekt «Good Practices of Stakeholder View» nach. Interviews mit Vertretern der Geschäftsleitung und des Verwaltungsrats verschiedener Unternehmen sowie Analysen von Firmendokumenten förderten aufschlussreiche Erkenntnisse zu Tage, die an der Abschlusskonferenz im Juni 2007 präsentiert wurden. Das Projekt trug zu einer wesentlichen Weiterentwicklung der Stakeholder-Forschung auf internationaler Ebene bei. Prof. Edward Freeman, der führende Wissenschaftler im Bereich «Business and Society» von der Darden School of Business, erklärte in seinem Empfehlungsschreiben an das Eidgenössische Volkswirtschaftsdepartement: «The project establishes a crucial new ground for strategic management.»

«ICT-gestütztes Stakeholder-Management»

Wie können Unternehmen strategisch relevante Stakeholder identifizieren und sie gezielt in unternehmerische Aktivitäten involvieren? Mit dieser Frage beschäftigte sich das Projekt «ICT-gestütztes Stakeholder-Management», das letzten November erfolgreich abgeschlossen wurde – zur Zufrie-

DAS TEAM DES CENTER FOR STRATEGIC MANAGEMENT/STAKEHOLDER VIEW: Stakeholder View zeichnet sich durch eine hohe Interdisziplinarität aus.

denheit aller Beteiligten wie etwa der Wirtschaftspartner (Feller AG, Hunziker AG, Pfizer Switzerland AG, AEW Energie AG) sowie der Kommission für Technologie und Innovation (KTI) des Bundesamtes für Berufsbildung und Technologie.

Mit den Wirtschaftspartnern wurden Stakeholder-Dialoge zu strategischen Issues konzipiert, durchgeführt und wissenschaftlich begleitet. Bei der Analyse stellte sich heraus, dass Kooperation und Wissensaustausch als wichtigste Nutzenpotenziale wahrgenommen werden – und zugleich auch als grösste Risikopotenziale. Gleichzeitig wurden Know-how, Werkzeuge und Methoden für die Systematisierung der Stakeholder-Beziehungen entwickelt. Das Projekt wird im ersten Halbjahr 2008 weiter ausgewertet und die Resultate werden an verschiedenen Konferenzen präsentiert.

«Lizenz zum Managen»

Wer sind die Stakeholder einer Firma? Was erwarten sie vom Unternehmen, und wie können sie ihm nützen? Diese und viele weitere Fragen konnten durch die beiden Forschungsprojekte beantwortet werden. Die Antworten sowie weitere interessante Projektresultate präsentierte das Autorenteam letztes Jahr im Buch «Lizenz zum Managen: Mit Stakeholdern zum Erfolg. Herausforderungen und Good Practices». Die Studie, die als Band 5 in der HWZ-Schriftenreihe 2007 erschienen ist, ist ein umfassendes Werk, das praxistauglich schildert, wie sich erfolgreiche Unternehmen in einem Stakeholder-Netzwerk positionieren.

Teamleitung

Oben links:
Sybille Sachs, Prof. Dr., Leiterin Center for Strategic Management/Stakeholder View, Titularprofessorin an der Universität Zürich

Unten links:
Edwin Rühli, Prof. Dr. em., Senior Advisor Center for Strategic Management/Stakeholder View, Professor emeritus und ehemaliger Prorektor der Universität Zürich

Mitarbeitende

Hinten Mitte:
Isabelle Kern, lic. phil. I et dipl. inf., Forschungsassistentin, Doktorandin Wirtschaftsinformatik an der Universität Zürich

Vorne Mitte:
Marc Moser, cand. lic. oec. publ., Assistent, Student der Betriebswirtschaft an der Universität Zürich

Rechts:
Timon Ruther, cand. dipl. inf., Assistent, Student der Wirtschaftsinformatik an der Universität Zürich

Nicht abgebildet sind:
Andrea Gäumann, cand. phil., Assistentin, Studentin der Soziologie an der Universität Zürich

Dominic Käslin, lic. oec. publ., Forschungsassistent und HWZ-Dozent, Doktorand Betriebswirtschaftslehre an der European Business School, Deutschland

Claude Meier, cand. phil., Assistent, Student der Politikwissenschaften an der Universität Zürich

Veronika Mittnacht, lic. oec. publ., Forschungsassistentin und HWZ-Dozentin, Doktorandin Betriebswirtschaftslehre an der Universität Zürich

Irène Perrin, lic. phil., Forschungsassistentin und HWZ-Dozentin, Doktorandin Publizistik an der Universität Zürich

Exzellenter Partner in den USA

Die Darden School of Business (University of Virginia, USA) ist die neuste Partneruniversität der HWZ. Sie setzt sich zum Ziel, Organisationen in ihrer individuellen Entwicklung nachhaltig zu stärken.

Die Darden School of Business (University of Virginia, USA) ist eine der renommiertesten Business Schools im Bereich der Management-Weiterbildung auf Executive-Stufe in den USA. Die Partneruniversität der HWZ hat in mehreren Rankings der letzten Jahre Spitzenplatzierungen erreicht.

Für erfahrene und künftige Führungskräfte bietet die Darden School of Business Weiterbildungen an. Dazu gehört eine Reihe von Executive-Programmen, die sich sehr stark an der Praxis ausrichten: ein zweijähriges MBA-Programm, ein 21-monatiges MBA-Programm für Executives sowie die so genannte «Darden Executive Education».

Die Darden School of Business wurde 1954 gegründet. Schon seit den ersten Studiengängen im Jahr 1955 haben zahlreiche Unternehmen aus nahezu allen Branchen die «Darden Executive Education» in ihre Geschäftsstrategien eingebaut – und damit ihre wertvollsten Ressourcen gestärkt: die Mitarbeiter und das gesamte Unternehmen. Die Nachfrage ist weiterhin ungebrochen. Organisationen können Weiterbildungsprogramme frei aus dem verfügbaren Angebot auswählen, auf speziell für sie zugeschnittene Studien- und Firmenlehrgänge zurückgreifen oder auf die Unterstützung bei der Gestaltung und dem Aufbau von Entwicklungszentren und einzigartigen Branchenpartnerschaften zählen.

Mit dem Programm «Darden Executive Education» stellt die Darden School of Business wirksame Massnahmen und ausserordentliche Fähigkeiten in Aussicht. Diese benötigen Organisationen und Unternehmen, um bestehende Einschränkungen zu überwinden, sodass sie ehrgeizige Herausforderungen definieren, annehmen und bewältigen können.

Ziel der Darden School of Business ist es, Organisationen in ihrer individuellen Entwicklung nachhaltig zu stärken. Vom Kursinhalt bis zu den Lehrmethoden – jeder Teil des Studienprogramms ist mit Bedacht gewählt und darauf abgestimmt, dieses Ziel zu verfolgen.

www.darden.edu

DIE DARDEN SCHOOL OF BUSINESS (UNIVERSITY OF VIRGINIA, USA): HWZ-Studierende aus den Executive-Programmen und dem konsekutiven Master-Studiengang absolvieren hier ein Auslandsmodul.

Partner der HWZ

Branding-Institute AG

Die Branding-Institute AG unterstützt die HWZ in Forschung und Lehre in Bachelor- und Master-Studiengängen im Bereich des strategischen Kommunikationsmanagements mit Fokus auf die ganzheitliche Markenführung. In der Beratung liefert sie wissenschaftlich fundierte, praxisnahe Lösungen für die Herausforderung des integrierten Marken- und Reputationsmanagements.

Die Branding-Institute AG unterstützt ihre Kunden nachhaltig, indem sie deren Unternehmensmarke und Unternehmensreputation mit den jeweiligen strategischen Zielen verzahnt – und somit messbar zum Geschäftserfolg beiträgt. Sie ist überdies Initiantin der Interessengemeinschaft IG Branding – zwei Plattformen für den regelmässigen Fachaustausch in der Schweiz und in Deutschland. (www.branding-institute.ch)

Controller Akademie

Die Controller Akademie ist die führende Institution für die Ausbildung der zukünftigen diplomierten Experten und Expertinnen in Rechnungslegung und Controlling sowie die grösste Anbieterin von Postgraduate-Ausbildungen im Bereich der internationalen Rechnungslegung IFRS. Die Studiengänge und Seminare richten sich an Berufsleute mit Facherfahrung und an Entscheidungsträger.

Die Lehrgänge und Workshops der Controller Akademie geniessen weltweit eine hohe Akzeptanz in der Wirtschaft und der öffentlichen Verwaltung. Sie entsprechen den Bedürfnissen des Berufsalltags und befähigen die leistungsbereiten Absolventinnen und Absolventen, sich in einem anspruchsvollen Arbeitsmarkt auf beruflich hohem Niveau zu behaupten und zu entwickeln. (www.controller-akademie.ch)

MAZ

Das MAZ ist die führende Journalismusschule der Schweiz. Sie bietet Aus- und Weiterbildungen für Medienschaffende sowie Kurse für Medienbeauftragte und Führungskräfte. In der Abteilung Journalismus vermitteln berufsbegleitende und berufsvorbereitende Studiengänge – von kurzen Einstiegsmodulen bis zum Master-Studium – spezifisches Handwerk für Berufe bei Print- und elektronischen Medien.

In der Abteilung Kommunikation befassen sich Kommunikations- und PR-Verantwortliche sowie Führungsleute aus Wirtschaft, Politik und Verwaltung mit professioneller Medienarbeit, mit Rhetorik und Moderation, mit Schreiben und Auftreten. Das MAZ führt zusammen mit der HWZ verschiedene Studiengänge durch. (www.maz.ch)

SVIT

Der Schweizerische Verband der Immobilienwirtschaft SVIT ist die Berufs- und Standesorganisation der Immobiliendienstleister. Als Spitzenverband von rund 2000 Immobilienunternehmen vertritt er die Interessen von über 25 000 Immobilienfachleuten. Weiter unterstützt und fördert der SVIT die Professionalisierung der Immobilienwirtschaft und stellt entsprechende Bildungsangebote zur Verfügung.

Das umfassende Aus- und Weiterbildungsangebot des SVIT begleitet Berufsleute von der Lehrlingsausbildung bis hin zum Master-Kurs an der HWZ. Der gesamtschweizerische Verband ist durch seine regionalen Verankerungen breit abgestützt und national vernetzt. Der SVIT verfügt über zehn regionale Mitgliederorganisationen in der ganzen Schweiz und über vier Fachkammern. (www.svit.ch)

Die HWZ stellt in jedem Jahresbericht eine Anzahl Partner vor. Weitere Partner sind u.a.: die Schweizerische Gesellschaft für Marketing (GfM), die Schweizerische Gesellschaft für Organisation und Management (SGO), das Schweizerische Public Relations Institut (SPRI), der grösste Schweizer Verband für Rechnungslegung, Controlling und Rechnungswesen (veb.ch), die Deutsche Immobilien-Akademie (DIA), die Controller Akademie Gauting (D) und die wittlin stauffer ag.

Netze auswerfen zahlt sich aus

Die bewusste Pflege der eigenen Kontakte führt zu mehr Erfolg – beruflich wie privat. Die HWZ ist eine ausgezeichnete Plattform für die Beziehungspflege.

Ohne Begegnungen keine Beziehungen – und ohne Beziehungen kein Business. Networking kann die Lebensqualität erhöhen, weshalb man sich nicht scheuen sollte, neue Kontakte zu knüpfen oder bestehende Beziehungen zu pflegen.

An der HWZ findet der intensivste Kontakt bestimmt unter den Studierenden innerhalb einer Klasse statt. Oft wird dieses Beziehungsgeflecht aber erst dann richtig wahrgenommen, wenn es nicht mehr da ist. Etwa wie im Fall von Daniel Gradenegger, der letztes Jahr sein vierjähriges berufsbegleitendes Bachelor-Studium abschloss: «An der HWZ habe ich viele neue Freunde gewonnen. Wir trafen uns oft privat oder schrieben uns E-Mails. Doch nach dem Abschluss sah man sich plötzlich nicht mehr. Das stimmte uns traurig. Deshalb suchten wir den Kontakt untereinander auf der Plattform xing.com.»

Gerade für Absolventen wie Daniel Gradenegger, aber auch für alle anderen ist die Alumni HWZ die ideale Plattform für die Beziehungspflege. «Denn die Alumni HWZ stellt sicher, dass die Kontakte, die während des Studiums selbstverständlich waren, danach im Berufsleben nicht verloren gehen – ja sogar markant erweitert werden können», erklärt Alumni-Präsident Georges Ulrich.

Eine Mitgliedschaft bei der Alumni HWZ verbindet die Studierenden automatisch mit den Fachhochschulabsolvierenden der ganzen Schweiz. Denn die Adressen aller Mitglieder werden vom FH Schweiz, dem Dachverband der Absolventinnen und Absolventen der Fachhochschulen, gepflegt. Die Alumni-Mitglieder erhalten ferner das wertvolle «Who is who»-Buch und können bei Bedarf die gesuchte Person auch in der digitalen Datenbank nachschlagen.

NETWORKING: zum Beispiel an der HWZ-Party nach der Ringvorlesung. Von links: Sandra Löffel, Jaqueline Dineen und Eva Wettstein.

Ganz gleich, ob zwischen Studierenden, Dozierenden, Fachreferenten, Studienleitern oder Mitarbeitenden: Freundschaften und Beziehungen erhöhen die Qualität des Studiums und sorgen für eine anregende Atmosphäre an der ganzen HWZ. «Wir sind alle per du, und dank dem Fachhochschulstudium sprechen wir alle die gleiche Sprache. Das ist sehr wertvoll und öffnet viele Türen – egal, ob privat oder beruflich», sagt Toni Schmid, Geschäftsführer der FH Schweiz.

Kontakte knüpfen und Beziehungen vertiefen lohnt sich für alle Stakeholder der HWZ. Denn im Beziehungsnetz kann sich entscheiden, wo und wie sich Studierende, Absolventen und die HWZ selbst auf dem Markt positionieren. Je grösser das Beziehungsnetz und je mehr Business generiert wird, desto erfolgreicher sind alle – auch die HWZ.

Social Highlights auf dem HWZ-Parkett

(Links)
RINGVORLESUNG 2007: Marcel Ospel bei seinem Referat zum Thema Unternehmensführung und Wandel.

(Rechts)
MASTER-TALKS: Claudio Feser präsentiert eine Studie über langfristig erfolgreiche Unternehmensstrategien.

An den HWZ-Events lernt man nicht nur viel Wissenswertes. Studierende, Dozierende und Absolventen nutzen die Veranstaltungen als Chance, um sich wieder einmal zu treffen und Erfahrungen auszutauschen.

An der HWZ ist auch ausserhalb des regulären Studienbetriebs einiges los. Besonders die Veranstaltungen, Talks und Tagungen bieten eine willkommene Gelegenheit für spannende und abwechslungsreiche Begegnungen. Zum Beispiel die Ringvorlesung vom 24. August 2007, die das vergangene Jahr als ganz besonderer Event prägte. Als Gastreferent konnte die HWZ den damaligen UBS-Verwaltungsratspräsidenten Marcel Ospel gewinnen. Rund 1200 Studierende fanden sich in der Eventhalle des Maag-Areals ein, um Marcel Ospel live zu erleben. Mit dem spannenden Auftritt des Bankers war der Abend aber noch lange nicht zu Ende. Denn auf Marcel Ospel folgte die traditionelle HWZ-Party, an der die Studentinnen und Studenten neue Bekanntschaften schliessen oder einfach den Anlass geniessen konnten.

An eine andere Zielgruppe richtete sich derweil die Fachtagung Communications-Controlling «Rechnen für den Erfolg» vom 31. Mai 2007. Hier lauschten vor allem Kommunikations- und Controlling-Fachleute den neusten Erkenntnissen aus der interdisziplinären Forschung. Zum Beispiel, wie kommunikative Leistungen zur Wertschöpfung eines Unternehmens fassbar und strategisch nutzbar gemacht werden können. Am anschliessenden Apéro bot sich die Gelegenheit, in angenehmer Gesellschaft Informationen und Erfahrungen auszutauschen sowie neue Kontakte zu knüpfen.

Neben den Ringvorlesungen und den Fachtagungen bereichern neu auch die Master-Talks die Vortragsreihe der HWZ – eine weitere Gelegenheit für spannende Gespräche und Erfahrungsaustausch. So referierte am 7. März 2007 Claudio Feser, Director & Managing Partner McKinsey & Company, über diejenigen Strategien, die gemäss wissenschaftlichen Erhebungen das Überleben eines Unternehmens am längsten sichern. Die Master-Talks finden mehrmals jährlich und exklusiv für Master-Studierende statt.

Organisation und Führung der Hochschule

Schulrat

Präsident
Christian Boesch, lic. rer. pol., a. Direktor Handelskammer Zürich

Mitglieder
Hans Britschgi, Betriebsökonom HWV, Schmid & Britschgi Immobilien Treuhand AG
Urs Bühler, lic. iur., Bildungsdirektion Kanton Zürich
Edi Class, Prof. Dr. iur., Rechtsanwalt, Generalsekretär KV Schweiz
Fredy Häusermann, dipl. Ing. ETH, Alstom (Switzerland) Ltd
Carl Conrad Mäder, dipl. Ing. HTL, Mitglied der Geschäftsleitung der Walter Reist Holding AG
Arthur Mentele, Dr. oec. HSG, Leiter Personalentwicklung Rentenanstalt Swiss Life
Eduard Rikli, Dr. sc. techn., dipl. Ing. ETH, CEO Mikron Holding AG
Kathy Riklin, Dr. sc. nat., Gymnasiallehrerin, Nationalrätin
Robert Schenker, Finanzberater

Mit beratender Stimme
Jacques Bischoff, Prof. Dr. iur., Rektor HWZ
Bedi Büktas, Prof. Dr. h. c., dipl. Ing. ETH, Rektor HSZ-T

Sekretär
Victor Gerber, Prof., dipl. Ing. FH, Prorektor HSZ-T

Verwaltungsrat

Präsident
Martin Forster, Dr. iur., Rechtsanwalt

Mitglieder
Bedi Büktas, Prof. Dr. h. c., dipl. Ing. ETH
Edi Class, Prof. Dr. iur., Rechtsanwalt, Generalsekretär KV Schweiz *
Marc-Antoine Kämpfen, Dr. iur., Rechtsanwalt
Urs Marti, dipl. Treuhänder, MATA Treuhand- und Revisions-AG, Delegierter des Verwaltungsrates der HWZ
Mario Fehr, Präsident KV Schweiz, Nationalrat **

* bis 21. Mai 2008 ** ab 21. Mai 2008

Rektor
Prof. Dr. Jacques Bischoff

Qualitätsmanagement
Dr. Barbara Scheidegger

Marketing & Kommunikation
Bernadette Bisculm

Fachrat
Dr. Mirjam Bräm-Gysel
Prof. Dr. Urs Dürsteler
Marc Goetz
Dr. Michael A. Grund
Prof. Dr. Markus Kaiser
Prof. Dr. Walter Kuhn
Adrian Leibundgut
Cyril Meier
Sandra Messina
Prof. Dr. David Ratmoko
Dr. Daniel Rentsch
Prof. Dr. Sybille Sachs
Sandra Valisa
Sabina Weber Sauser

Betriebsökonomie
Prof. Dr.
Urs Dürsteler
Prorektor

Kommunikation

Center for Communications
Cyril Meier, M.A.

Wirtschafts-informatik

Center for Business Engineering
Prof. Dr.
Walter Kuhn

Weiterbildung
Peter Statz, lic. oec.

Center for Strategic Management
Prof. Dr. Sybille Sachs

Center for Accounting & Controlling
Dr. Daniel Rentsch *
Dr. Stephan Glanz **

Center for Marketing
Dr. Michael A. Grund

Verwaltung Administration, Logistik, Controlling
Yves Atteslander, MBA

Erweiterte Schulleitung Schulleitung * bis 30. Juni 2008 ** ab 1. Juli 2008 Stand 1.5.08

DIE HWZ-SCHULLEITUNG:
(von links)
Prof. Dr. Urs Dürsteler
Prof. Dr. Walter Kuhn
Yves Atteslander, MBA
Prof. Dr. Jacques Bischoff
Cyril Meier, M.A.
Peter Statz, lic. oec.

HWZ – Hochschule für Wirtschaft Zürich
Die HWZ Hochschule für Wirtschaft Zürich, domiziliert beim Zürcher Hauptbahnhof, ist Mitglied der Zürcher Fachhochschule. Gegründet wurde sie 1986 als berufsbegleitende HWV Zürich durch den KV Schweiz und die Stiftung Juventus-Schulen Zürich. Heute zählt sie über 1500 Studierende und 265 Dozierende. Sie ist die grösste berufsbegleitende Hochschule der Schweiz im Bereich Wirtschaft und konzentriert sich auf die Kernkompetenzen in Betriebsökonomie, Kommunikation und Wirtschaftsinformatik.

Ausbildung

Bachelor-Studiengänge
- Bachelor in Betriebsökonomie/Business Administration*
  Accounting & Controlling
  Banking & Finance*
  General Management*
  Marketing
- Bachelor in Kommunikation/Business Communications
- Bachelor in Wirtschaftsinformatik/Business Information Technology

* Programme auch in Englisch

Weiterbildung

CAS Certificate of Advanced Studies
- CAS Campaigning
- CAS Corporate Communications (SPRI)
- CAS Corporate Publisher (SPRI)
- CAS Interne Kommunikation (SPRI)
- CAS Kundenkommunikation
- CAS Leiter Live Communications
- CAS Manager Live Communications
- CAS Professionelle Medienarbeit (MAZ)
- CAS Public Affairs Management
- CAS Rhetorik & Moderation (MAZ)
- CAS Swiss Certified Investment Products Expert SCIPE®

DAS Diploma of Advanced Studies
- DAS Accounting & Finance
- DAS Leadership im Gesundheitswesen
- DAS Live Communications

Master-Studiengänge
- Executive MBA – Marketing
- Executive MBA – General Management
- MAS Master of Advanced Studies in Accounting & Finance
- MAS Master of Advanced Studies in Controlling
- MAS Master of Advanced Studies in Business Communications
- MAS Master of Advanced Studies in Business Consulting
- MAS Master of Advanced Studies in Business Engineering
- MAS Master of Advanced Studies in Health Care Management
- MAS Master of Advanced Studies in Mehrwertsteuer
- MAS Master of Advanced Studies in Project Management
- MAS Master of Advanced Studies in Real Estate Management
- MSc Master of Science in Business Administration

Weitere Master-Studiengänge & Doktorat
- MBA Master of Business Administration, USQ (in Englisch)
- DBA Doctor of Business Administration, USQ (in Englisch)

HWZ / 5000 / 05.08 / KL

HWZ
Hochschule für Wirtschaft Zürich

HWZ Hochschule
für Wirtschaft Zürich
Lagerstrasse 5
8021 Zürich
Telefon 043 322 26 00
Fax 043 322 26 01
sekretariat@fh-hwz.ch
www.fh-hwz.ch