

Gültig ab 2025.FS

Modulbezeichnung: Service Design Project			
Modulkürzel	w.BA.XX.3SDP-BD.XX		
ECTS Credits	6		
Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch		
Beschreibung des Moduls	<p>In diesem Modul kumulieren Sie die erworbenen Kenntnisse aus den vorangegangenen Modulen und wenden diese integrativ und praktisch an. Sie arbeiten in Teams von bis zu sechs Studierenden an einer konkreten Problemstellung eines Wirtschaftspartners (Auftraggeber). Methodisch orientieren wir uns am iterativen Vorgehen des Design Thinkings und erweitern den Einsatz um dedizierte Behavioral Design-Toolsets. Vor Semesterbeginn werden Sie über kurze Online-Videos und Leseaufträge in das Thema Design Thinking eingeführt (Aufwand ca. 2-4 Stunden). Ab Semesterbeginn arbeiten Sie in den Teams nach einer sich wöchentlich wiederholenden Struktur: Statusupdates, Wissens- und Methodenermittlung, Übungen und freies Arbeiten mit individuellem Coaching durch eine dedizierte Lehrperson. Mitte Semester (SW 7 oder 8) erfolgt eine Zwischenpräsentation (10 bis 15 Minuten). Nach Ende des Semesters findet an einem noch zu definierenden Tag eine finale Präsentation (20 Minuten) im Beisein des Auftraggebers statt. Abgeschlossen werden die Projekte mit der schriftlichen Dokumentation und einem optionalen Debriefing mit dem Auftraggeber. Die Präsentationen werden auf Video aufgenommen. Auftraggeber der Projektarbeiten sind mittelgrosse bis grosse Unternehmen und Organisationen. Bitte beachten Sie, dass die Gruppenzusammenstellung durch das Coaching-Team erfolgt.</p>		
Verantwortliche OE	Institut für Marketing Management		
Modulverantwortung	Sandro Graf		
Modulverantwortung Stellvertretung	Corina Helbling		
Studiengang und Vertiefungsrichtung	<ul style="list-style-type: none"> • Betriebsökonomie - Vertiefung in Behavioral Design 		
Rechtliche Grundlagen	Studienordnung BSc vom 29.01.2009 für die Bachelorstudiengänge Betriebsökonomie, International Management, Wirtschaftsinformatik, Wirtschaftsrecht und Angewandtes Recht, erstmals beschlossen am 12.05.2009		
Modulkategorie	<table border="0" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 50%;">Modultyp Pflichtmodul</td> <td style="width: 50%;">Studienabschnitt Hauptstudium</td> </tr> </table>	Modultyp Pflichtmodul	Studienabschnitt Hauptstudium
Modultyp Pflichtmodul	Studienabschnitt Hauptstudium		
Spezifische Vorkenntnisse	<p>Inhalte aus den Modulen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Behavioral Economics Theory • Product Management & Service Design • Behavioral Economics Exercices • Consumer Psychology • Customer Experience Management • Digital UX & Interaction Design • Behavioral Data Science 		
Beitrag des Moduls für Learning Objectives des Studiengangs (durch das Modul betroffene)	<ul style="list-style-type: none"> • Fachkompetenz • Methodenkompetenz • Sozialkompetenz • Selbstkompetenz 		

Modulbezeichnung: Service Design Project

Beitrag des Moduls für Learning Objectives des Studiengangs	Fachkompetenz <ul style="list-style-type: none"> • Theorie- & Praxisrelevante Fachinhalte wissen & verstehen • Theorie- & Praxisrelevante Fachinhalte anwenden, analysieren und verknüpfen • Theorie- & Praxisrelevante Fachinhalte evaluieren Methodenkompetenz <ul style="list-style-type: none"> • Problemlösung & Kritisches Denken • Wissenschaftliche Methoden • Arbeitsmethoden, -techniken & -verfahren • Nutzung von Informationen • Kreativität & Innovation Sozialkompetenz <ul style="list-style-type: none"> • Schriftliche Kommunikation • Mündliche Kommunikation • Kooperation im Team & Umgang mit Konflikten • Interkulturalität & Perspektivenübernahme Selbstkompetenz <ul style="list-style-type: none"> • Selbstmanagement & Selbstreflexion • Ethische & Soziale Verantwortung • Lernen & Veränderung 	
Lernziele des Moduls	Die Studierenden... <ul style="list-style-type: none"> • verstehen die ausgewählten Forschungsmethoden. • eignen sich spezifisches Fachwissen an. • denken vernetzt und interdisziplinär. • hinterfragen gewonnene Erkenntnisse (kritisches Denken) • stellen den Praxisbezug her (Auftraggeber-Kontext) • erarbeiten in Teams eigenständige Problemlösungsvorschläge mit hohem Kreativitätsgrad. • evaluieren aus einer Auswahl von verschiedenen Methoden die richtige Anwendung. • dokumentieren und präsentieren eigenständig Erarbeitetes von einem Praxispartner. 	
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> • Projektmanagement • Verschiedene qualitative und quantitative Methoden der Datenerhebung • Auswerten und Verdichten von Informationen • Kreativitätstechniken und Ideation • Prototyping • Anwendung von KI-basierten Service Design-Tools 	
Verknüpfung zu anderen Modulen	Das Modul weist eine Verknüpfung zu folgenden Modulen auf: <ul style="list-style-type: none"> • w.BA.XX.3CoSc-BD.XX • w.BA.XX.3BET-BD.XX • w.BA.XX.3PMD-BD.XX • w.BA.XX.3BEE-BD.XX • w.BA.XX.3CoPsy-BD.XX • w.BA.XX.3CEM-BD.XX • w.BA.XX.3DUID-BD.XX • w.BA.XX.3BDT-BD.XX 	
Digitale Lernressourcen	<ul style="list-style-type: none"> • Reader • Lehrvideos • Unterrichtsaufzeichnungen • Übungs- und Anwendungsaufgaben (inkl. Lösungen) • Diverse Online-Tools 	
Unterrichtsmethoden	<ul style="list-style-type: none"> • Problemorientierter Unterricht • Übungen • Lehrgespräch • Anwendungsaufgaben • Projektarbeit • Fallstudien • Lehrvortrag 	Eingesetzte Sozialformen: <ul style="list-style-type: none"> • Gruppenarbeit

Modulbezeichnung: Service Design Project

Unterrichtsgliederung		Kontaktstudium	Begleitetes Studium	Autonomes Selbststudium	
	Grossklasse	14 h	-		
	Kleinklasse	42 h	110 h		
	Gruppenunterricht	-	-		
	Praktikum	-	-		
	Seminar	-	-		
	Total	56 h	110 h	14 h	
Leistungsnachweise	Modulendprüfung		Form	Dauer (Min.)	Gewichtung
	-				
	Hilfsmittel				
	Andere	Bewertung	Format	Dauer (Min.)	Gewichtung
	Referat/mündliche Präsentation	Note	Gruppenarbeit	10	20.00
	Referat/mündliche Präsentation	Note	Gruppenarbeit	20	40.00
Schriftliche Arbeit	Note	Gruppenarbeit	0	40.00	
Präsenzverpflichtung im Kontaktstudium	80%				
	Ja				
Pfichtliteratur	<ul style="list-style-type: none"> Lewrick, M. & Link, P. & Leifer, L. (2020). Das Design Thinking Playbook. Versus Verlag. ISBN 978-3800657513. Wendel, S. (2020). Designing for behavior change. O'Reilly Media. ISBN 978-1492056034. 				
Ergänzende Literatur	<ul style="list-style-type: none"> Federspiel, E. & Peter, A. (2023). Designed to persuade. Springer Gabler. ISBN 978-3658419226. 				
Bemerkungen					