

## **Master of Science in Business Administration**

**Ziele – Inhalte – Aufbau**

**Ausgabe 2011 / 12**

Mit Modulverzeichnis und graphischen  
Darstellungen des Studienaufbaus



## Dokumentation zum Master-Studium

Diese Broschüre enthält kurze und schlaglichtartige Informationen zu den wichtigsten Aspekten des Studiums zum Master of Science in Business Administration an der Hochschule Luzern – Wirtschaft.

Bei weiteren Fragen steht Ihnen die Masteradministration gerne zur Verfügung:



**Simone Kopp-Portmann**

Tel: 041 228 41 24

Leitung Administration Master  
Assistenz Leiter Master



**Rea Hermann**

Tel: 041 228 42 21

Administration Master  
Business Administration – Major in Tourism  
Banking and Finance



**Sonja Würmli**

Tel: 041 228 41 27

Administration Master  
Business Administration - Major in Public and Nonprofit Management  
Business Administration - Major in Business Development and Promotion

## Inhalt

1. Das Master-Studium – das Wichtigste in Kürze .....	4
Die Zulassungsbedingungen .....	4
Wissenschafts- und Praxisbezug.....	4
ECTS.....	4
Die Module.....	4
Leistungsnachweise.....	4
Kooperationen .....	4
Das Diplom .....	4
Studientermine.....	5
Studiengebühren .....	5
Organisation .....	5
Careers Service .....	5
Verpflegung .....	5
Campus Luzern und Hochschulsport.....	5
Wohnungen / Unterkünfte für Studierende.....	5
Einreise und Aufenthaltsbewilligungen.....	5
Die Zulassungsbedingungen .....	5
Externe Studienleistungen.....	6
2. Der Wissenschafts- und Praxisbezug .....	7
3. Das European Credit Transfer System (ECTS) .....	7
4. Der Aufbau des Studiums .....	9
5. Die Module .....	13
6. Die Leistungsnachweise .....	14
7. Datenabschrift.....	14
8. Kooperationen.....	15
9. Das Diplom .....	15
10. Die Studiengebühren .....	16
11. Leitung und Administration der Leistungsbereiche Bachelor und Master .....	16
12. Der Careers Service .....	17
13. Wichtige Informationsgrundlagen für Studierende .....	17
14. Modulübersichten.....	18
15. Modulverzeichnis .....	21
16. Modulübersicht: Master of Science in Business Administration .....	24
17. Eckdaten Master of Science in Business Administration .....	30
18. Übersicht über die Semesterdaten (2012 – 2017) .....	32
19. Studienbudget Studienjahr 2011/12.....	34

## 1. Das Master-Studium – das Wichtigste in Kürze

### Die Zulassungsbedingungen

Zum Masterstudium sind grundsätzlich Studierende zugelassen, welche über einen Bachelor in Business Administration, Wirtschaftswissenschaften oder verwandten Disziplinen verfügen. Es besteht die Möglichkeit, fehlende Eingangskompetenzen während dem ersten Studienjahr aufzuarbeiten.

- Die Zulassungsbedingungen, Seite 5
- Bundesgesetz über die Fachhochschulen
- Verordnung über die Zulassung zu Fachhochschulstudien
- Aufnahme- und Prüfungsordnung für das Studium an der Hochschule Luzern

### Wissenschafts- und Praxisbezug

Das Master-Studium an der Hochschule Luzern – Wirtschaft hat einen ausgeprägten Bezug zu Wirtschaft und Gesellschaft, berücksichtigt aber auch die relevanten wissenschaftlichen Grundlagen. Von den Studierenden wird erwartet, dass sie gegenüber wissenschaftlichen Bezügen und Arbeitsweisen offen und neugierig sind. Gleichzeitig sollen sie ihre praktische Berufserfahrung in den Lernprozess einbringen und mit diesem verknüpfen.

- Der Wissenschafts- und Praxisbezug, Seite 4

### ECTS

Die Studienleistungen werden gemäss dem European Credit Transfer System (ECTS) ausgewiesen. Das ECTS ist die Grundlage für die Verleihung des Diploms. Es erleichtert und fördert die nationale und internationale Mobilität der Studierenden und die Anerkennung des Abschlusses über die Landesgrenzen hinaus.

- Das European Credit Transfer System (ECTS), Seite 7
- Aufnahme- und Prüfungsordnung für das Studium an der Hochschule Luzern
- Studienreglement für das Master-Studium an der Hochschule Luzern – Wirtschaft

### Die Module

Das Studium besteht aus Modulen. Die Modulstruktur erfordert präzise, realitätsnahe und transparente Lehr- und Lernziele. Sie fördert den Einblick in Zusammenhänge und ermöglicht eine flexiblere Planung und Gestaltung des Studiums. Für jedes Modul existiert eine ausführliche Beschreibung.

- Die Module, Seite 13
- Aufnahme- und Prüfungsordnung für das Studium an der Hochschule Luzern
- Studienreglement für das Master-Studium an der Hochschule Luzern – Wirtschaft

### Leistungsnachweise

- Leistungsnachweise, Seite 14

### Kooperationen

- Kooperationen, Seite 15

### Das Diplom

Um das Diplom Master of Science in Business Administration zu erlangen, müssen Module im Gesamtumfang von 90 ECTS Credits erfolgreich absolviert werden.

- Das Diplom, Seite 15
- Aufnahme- und Prüfungsordnung für das Studium an der Hochschule Luzern

### **Studientermine**

Der Masterstudiengang startet jährlich Mitte September und dauert zwei Jahre. Während der Semesterferien findet kein Unterricht statt. Der Unterricht findet am Montag und Dienstag statt. Nachzuziehende Module finden an den anderen Wochentagen statt.

- Der Ablauf des Studienjahres (Eckdaten), Seite 24

### **Studiengebühren**

Die Semestergebühren betragen für den Master „Business Administration“ pro Semester CHF 800.—. Hinzu kommen Ausgaben für Lehrmittel, Studienreisen etc. Für das Studium können Darlehen bei den kantonalen Stellen beantragt werden. Ebenfalls besteht die Möglichkeit, einen Antrag für ein Hirschmann-Stipendium zu stellen.

- Studiengebühren, Seite 5

### **Organisation**

Neben der Masterleitung gibt es Majorverantwortliche für die Majorrichtungen. Für die einzelnen Module sind Modulverantwortliche zuständig.

- Die Organisation des Leistungsbereichs Master, Seite 5
- Studienreglement für das Master-Studium an der Hochschule Luzern – Wirtschaft

### **Careers Service**

Sowohl die Hochschule Luzern als Ganzes als auch die Hochschule Luzern – Wirtschaft bieten ihren Studierenden umfangreiche und auf sie zugeschnittene Dienstleistungen im Hinblick auf den Berufseinstieg und Laufbahnplanung an.

- Der Careers Service, Seite 17

### **Verpflegung**

Die Mensa bietet warme und kalte Mahlzeiten an. Eine Cafeteria rundet das Angebot ab.

### **Campus Luzern und Hochschulsport**

Das Sportprogramm steht allen Studierenden und Angestellten der Hochschule Luzern kostenlos zur Verfügung.

- [www.campusluzern.ch](http://www.campusluzern.ch)
- [Hochschulsport](#)

### **Wohnungen / Unterkünfte für Studierende**

Der Verein Studentisches Wohnen (StuWo-Luzern) stellt Studierenden günstigen Wohnraum zur Verfügung [www.stuwo-luzern.ch](http://www.stuwo-luzern.ch). Alternativ finden Sie auch unter den Suchseiten [www.alleimmobilien.ch](http://www.alleimmobilien.ch), [www.immo.ch](http://www.immo.ch) und [www.students.ch/wohnen](http://www.students.ch/wohnen) Wohnungsmöglichkeiten.

### **Einreise und Aufenthaltsbewilligungen**

Informationen zu Reiseformalitäten, Aufenthaltsbewilligungen etc. finden Sie beim Bundesamt für Migration. Wir unterstützen Sie bei der Beantragung der entsprechenden Bewilligungen.

- <http://www.bfm.admin.ch/bfm/de/home/themen.html>

### **Die Zulassungsbedingungen**

Zum Masterstudium sind grundsätzlich Studierende zugelassen, welche über einen Bachelor in Business Administration, Wirtschaftswissenschaften oder verwandten Disziplinen verfügen. Es besteht die Möglichkeit, fehlende Eingangskompetenzen während dem ersten Studienjahr aufzuarbeiten.

Über die Aufnahme in den Studiengang MSc in Business Administration entscheidet die Studiengangleitung auf der Basis des eingereichten Anmeldedossiers und des Zulassungsgesprächs.

Das Studienreglement sieht die folgende Aufnahmebedingungen vor:

- <sup>1</sup> *Die Zulassung zur Master-Ausbildung im Studiengang Business Administration setzt voraus:*
  - a. *einen Bachelor-Abschluss in Business Administration oder einen gleichwertigen Hochschulabschluss im Umfang von 180 ECTS-Credits,*
  - b. *sprachliche Befähigung, dem Unterricht in deutscher und englischer Sprache zu folgen sowie*
  - c. *erfolgreiches Absolvieren einer Eignungsabklärung, auf der Basis eines von der Bewerberin oder dem Bewerber nach Massgabe der von der Leitung Master-Ausbildung erlassenen Richtlinien verfassten Bewerbungsdossiers.*
- <sup>2</sup> *Die Eignungsabklärung gemäss vorstehendem Unterabsatz c) erfolgt durch die Studiengangleitung auf der Grundlage des Bewerbungsdossiers und eines standardisierten Interviews.*
- <sup>3</sup> *Um den Studienerfolg sicherzustellen, kann die Studiengangleitung bei Studierenden, bei welchen Unklarheiten bezüglich Motivation resp. fachlichen, methodischen und sprachlichen Kompetenzen bestehen, zusätzliche Massnahmen für die definitive Aufnahme in den Masterstudiengang definieren.*
- <sup>4</sup> *Im Rahmen des Aufnahmeverfahrens kann die Studiengangleitung zusätzliche Auflagen zum Erwerb von weiteren Qualifikationen festlegen. Die Auflagen stellen sicher, dass die notwendigen Eingangskompetenzen vor dem Modulbesuch vorhanden sind. Maximal sind Auflagen im Umfang von 30 ECTS zulässig.*

#### **Weitere Informationen:**

- *Bundesgesetz über die Fachhochschulen*
- *Verordnung über die Zulassung zu Fachhochschulstudien*
- *Aufnahme- und Prüfungsordnung für das Studium an der Hochschule Luzern*
- *Reglemente für die Aufnahmeprüfung an der Hochschule Luzern – Wirtschaft*
- *Leitfaden Aufnahmegespräch*

#### **Externe Studienleistungen**

Externe Studienleistungen können auf Gesuch hin anerkannt und angerechnet werden, sofern sie als gleichwertig eingestuft werden. Gleichwertigkeit bedeutet, dass die betreffenden Studienleistungen an anderen in- und ausländischen Hochschulen auf Masterstufe absolviert worden sind.

Anerkannte Leistungen können entweder ganze Module oder einzelne Kurse eines Moduls ersetzen. Bei einzelnen Kursen ist eine Anrechnung nur dann möglich, wenn die verbleibenden Modulbestandteile ohne Einschränkungen absolviert werden können.

Wenn möglich, wird die externe Bewertung der angerechneten Studienleistungen in die Datenabschrift der Hochschule Luzern - Wirtschaft übernommen. Andernfalls wird in der Datenabschrift die Qualifikation 'erfüllt' gesetzt.

Anrechnungsgesuche müssen bis spätestens am Ende der 4. Woche des Semesters, in dem die zur Anrechnung bestimmten Ausbildungsbestandteile stattfinden, eingereicht werden. Die Unterlagen dafür können vom Intranet (ILIAS) heruntergeladen werden.

#### **Weitere Informationen:**

- *Anrechnung von externen Studienleistungen (Merkblatt)*

## **2. Der Wissenschafts- und Praxisbezug**

Der Leistungsauftrag der Fachhochschulen beschränkt sich nicht auf die Ausbildung (Master- und Masterstudiengänge). Er umfasst auch Weiterbildung, anwendungsorientierte Forschung und Dienstleistungen. An der Hochschule Luzern - Wirtschaft wird dieser vierfache Leistungsauftrag im Rahmen von thematischen Schwerpunkten wahrgenommen. Die Schwerpunkte sind jeweils einem Institut zugeordnet.

Dazu kommt die Tatsache, dass praktisch alle Dozierenden der Hochschule Luzern - Wirtschaft in einem oder mehreren der thematischen Schwerpunkte arbeiten. Dies garantiert, dass das Wissen und die Erkenntnisse aus dem gesamten Leistungsauftrag, also auch aus Forschung und Dienstleistungen, auf direktem Weg in das Master-Studium einfließen können. Die Studierenden profitieren auf diese Art sowohl vom wissenschaftlichen Hintergrund als auch von der praktischen Erfahrung der Dozierenden.

Der Praxisbezug der Ausbildung wird durch eine Reihe von weiteren Komponenten sichergestellt:

- Die Hochschule Luzern - Wirtschaft betreibt eine Transferstelle, die den Kontakt und den Informationsaustausch zwischen Hochschule und Wirtschaft pflegt.
- An den Lehrveranstaltungen sind oft auch externe Referentinnen und Referenten aus Wirtschaft und Verwaltung beteiligt.
- Die meisten Dozierenden, insbesondere auch die nebenamtlichen, haben langjährige Praxiserfahrung.
- Exkursionen und Feldarbeiten im Rahmen von Studienwochen bringen die Studierenden in direkten Kontakt mit der wirtschaftlichen Praxis.
- Die Studierendenarbeiten auf der Masterstufe befassen sich mit praxisrelevanten Themen, die in der Regel von externen Auftraggebern eingereicht werden.
- Die Studierenden können an Forschungs- und Beratungsprojekten der Institute beteiligt werden.
- Im Masterstudiengang sind viele Module (Lehrveranstaltungen) über Modulpartnerschaften mit Firmen und Organisationen verknüpft.
- Der Careers Service unterstützt die Studierenden mit einer Reihe von Aktivitäten und Angeboten beim Berufseinstieg und der Laufbahnplanung (z.B. Mentoring- und Patenprogramme).
- Die Ausbildungsziele und -inhalte werden regelmässig durch Befragungen der Studierenden, der Wirtschaft und der Absolventinnen und Absolventen validiert.

## **3. Das European Credit Transfer System (ECTS)**

ECTS wird mittlerweile von fast allen europäischen Hochschulen verwendet. Es weist den Umfang und die Bewertung von Studienleistungen international transparent aus. Wenn Studierende die Hochschule wechseln oder einen Teil ihres Studiums an einer Gasthochschule absolvieren, erleichtert ECTS die Anrechnung von Studienleistungen (Transferfunktion). Viele Hochschulen - so auch die Hochschule Luzern - Wirtschaft - verwenden ECTS überdies als Akkumulationsinstrument: Das Diplom für eine Ausbildung wird verliehen, wenn eine bestimmte Anzahl von ECTS Credits erworben worden ist.

ECTS besteht aus zwei Komponenten, die im Folgenden erläutert werden.

- **ECTS Credits:**

ECTS Credits beschreiben den zeitlichen Aufwand einer Studienleistung. Ein ECTS Credit entspricht 30 Stunden. Dabei ist es unerheblich, ob diese Leistung im Kontaktstudium (Seminare, Lektionen usw.) oder im Selbststudium erbracht wird. Ein Master of Science umfasst 90 ECTS Punkte und entspricht einer Arbeitsbelastung von

rund 2'700 Stunden, verteilt auf vier Semester (Studienbegleitende Tätigkeit im Umfang von maximal 50 % wird gewünscht, ist jedoch keine Voraussetzung).

Die für einen Studiengang erforderlichen Credits sind auf die einzelnen Bausteine der Ausbildung, die Module, verteilt. Die einem Modul zugeschriebenen Credits werden verliehen, wenn die dafür vorgeschriebenen Leistungsnachweise erfolgreich absolviert, d.h. mindestens mit einer genügenden Note bewertet worden sind. Für die bloße Anwesenheit in einer Lehrveranstaltung werden keine Credits verliehen.

Credits sind somit eine quantitative Grösse. Sie informieren über das Arbeitspensum, das für eine bestimmte Lehrveranstaltung durchschnittlich aufgewendet werden muss. Sie sagen aber nichts über die Qualität der Studienleistung aus, abgesehen davon, dass sie mindestens genügend war. Der qualitative Aspekt wird durch das ECTS Bewertungssystem abgedeckt.

- **ECTS Bewertungen:** Das ECTS Bewertungssystem besteht aus den Buchstaben A bis F (FX). Die besten 10 Prozent der Studierenden mit einer genügenden Note erhalten die beste Bewertung A, die folgenden 25 Prozent die Bewertung B, die nächsten 30 Prozent erhalten die Bewertung C, die darunter liegenden 25 Prozent die Bewertung D und die letzten 10 Prozent die Bewertung E.

Die Bewertung FX bedeutet, dass die Leistung zwar ungenügend ist, dass aber eine Nachbesserungs- oder Kompensationsmöglichkeit gewährt wird. Die Bewertung F hingegen heisst, dass die Leistung definitiv ungenügend und nicht bestanden ist.

Die prozentuale Verteilung der Bewertungen A bis E ist nur dann aussagekräftig, wenn ein Leistungsnachweis von einer repräsentativen Anzahl Studierender absolviert worden ist. Das Studienreglement der Hochschule Luzern - Wirtschaft sieht deshalb vor, dass bei Leistungsnachweisen, in welchen weniger als 25 Studierende eine genügende Leistung erreichen, die ECTS Bewertungen linear zu den numerischen Noten vergeben werden können (6 = A, 5.5 = B usw.).

Es gibt einen Zusammenhang zwischen ECTS Credits und ECTS Bewertungen: Die Bewertungen A bis E berechtigen zu den vorgesehenen Credits, während für Leistungen, die mit F oder FX bewertet werden, keine Credits vergeben werden.

ECTS Bewertungen ergänzen die teilweise intransparenten nationalen Noten mit einem gesamteuropäisch verständlichen Bewertungssystem.

An der Hochschule Luzern - Wirtschaft wird die Qualität der Studienleistungen sowohl mit dem traditionellen Notensystem (6 bis 1) als auch mit ECTS Bewertungen ausgewiesen.

#### **Weitere Informationen:**

- ➔ *Aufnahme- und Prüfungsordnung für das Studium an der Hochschule Luzern*
- ➔ *Studienreglement für das Master-Studium an der Hochschule Luzern - Wirtschaft*

#### 4. Der Aufbau des Studiums

Im Master of Science in Business Administration werden die drei folgenden Majors angeboten:

- Master of Science in Business Administration,  
Major in **Business Development and Promotion**
- Master of Science in Business Administration,  
Major in **Tourism**
- Master of Science in Business Administration,  
Major in **Public and Nonprofit Management**

Die Module des 1. und 2. Semesters sind für alle drei Majors identisch. Ab dem 3. Semester beginnt die Vertiefung in die einzelnen Majors. Die einzelnen Masterstudiengänge werden auf den folgenden Seiten im Detail erläutert.

## **Master of Science in Business Administration Major in Business Development and Promotion**

Der konsekutive Master of Science in Business Administration mit dem Major Business Development and Promotion ist eine **wissenschaftlich fundierte und zugleich praxisorientierte, international ausgerichtete weiterführende Fach- und Managementausbildung** in Business Administration.

Der Master besteht aus einem Grundsockel, der für die Studierenden des Major in Business Development and Promotion und des Major in Tourism identisch ist (General Management mit Schwerpunkt Dienstleistungsmanagement; wissenschaftliches Arbeiten).

Im Major in Business Development and Promotion werden, analog der Struktur von Innovationsprozessen, die drei Module "Business Opportunity", "Business Design" und "Business Implementation" angeboten. Am Schluss findet in einem Integrationsmodul die Zusammenführung und Vernetzung der Module statt. Dabei besuchen die Studierenden im Rahmen einer Study Tour bedeutende Wirtschaftsregionen im Ausland und beschäftigen sich dort mit konkreten Praxisprojekten. So wird einerseits die internationale Ausrichtung des Studiengangs sichergestellt, andererseits vertiefen die Studierenden ihre interkulturellen Kompetenzen.

Die **systematische Verknüpfung von wissenschaftlichen Methoden und praxisorientiertem Know-how** im Studium erlauben den Master-Absolvierenden, in ihrer Berufspraxis neuartige Probleme zu lösen, komplexe Situationen zu strukturieren, gut reflektierte eigene Urteile zu fällen und diese gewinnbringend zu operationalisieren. Dazu werden die folgenden Kompetenzen vertieft:

- Fachwissen in Business Development and Promotion
- interdisziplinäre Kompetenz
- Projektleitungs- und Organisationskompetenz
- angewandte Forschungskompetenz
- Analyse- und Problemlösekompetenz:
- Kommunikations- und Präsentationskompetenz
- Reflexions- und Urteilsvermögen

Nach dem Masterstudium sind Sie in der Lage, die folgenden Tätigkeitsbereich zu übernehmen: Assistenz von Geschäftsleitungsmitgliedern, Projektleitung, Produkt-Manager (Key) Account-Manager, qualifizierte Stabsarbeit, Berater/Consultant, Business Development.



### **Persönliche Beratung**

Leiter Leistungsbereich Master

Prof. Dr. Daniel Peter

E daniel.peter@hslu.ch

T +41 41 228 41 84

## **Master in Business Administration Major in Public and Nonprofit Management**

Sie erlangen ein Kompetenzprofil mit Zukunft.

Die Schweiz ist Sitz von zahlreichen nationalen und internationalen öffentlichen und Nonprofit Organisationen. Für die Ausübung ihrer vielfältigen Aufgaben benötigen diese Institutionen bestens ausgebildete Fachkräfte, die die spezifische Funktionsweise und Kultur kennen und von den Eigenheiten der Firmen der Privatwirtschaft unterscheiden können.

Der Major in Public and Nonprofit Management bereitet Sie auf eine spannende und vielseitige berufliche Karriere in öffentlichen und gemeinnützigen Organisationen vor. Er qualifiziert die Absolvierenden dafür, die Kooperationen zwischen Nonprofit Organisationen, der öffentlichen Hand und der Privatwirtschaft zu verstehen und aktiv mitzugestalten.

Eine wissenschaftlich fundierte und zugleich praxisorientierte Fach- und Managementausbildung ist das Ziel dieses Majors. Dabei werden neben der **angewandten Forschungskompetenz, der Ausdrucks- und Präsentationskompetenz** insbesondere folgende Kompetenzen gezielt gefördert und erweitert:

- **Fundiertes Fachwissen Public and Nonprofit Management:** Die Absolvierenden kennen die Besonderheiten von Managementaufgaben von öffentlichen und von Nonprofit Organisationen und haben das Wissen über politische und rechtliche Rahmenbedingungen.
- **Projektleitungs- und Organisationskompetenz.** Um komplexe und organisationsübergreifende Projekte erfolgreich zu planen, zu steuern und zu evaluieren, braucht es Kompetenzen im Umgang mit Menschen sowie die Fähigkeit, Gruppenprozesse wahrzunehmen, mitzugestalten und Gruppen zu leiten.
- **Reflexions- und Urteilsvermögen.** Wer die Fähigkeit hat, das eigene Handeln und die eingeschlagenen Lösungswege verantwortungsbewusst und selbstkritisch zu reflektieren, wird mit seinen Projekten im öffentlichen und Nonprofit Bereich Erfolg haben.



### **Persönliche Beratung**

Manuela Jost  
Strategische Leitung: Major in Public and Nonprofit Management  
E manuela.jost@hslu.ch  
T +41 41 228 99 22

Operative Leitung:  
Prof. Dr. Daniel Peter  
E daniel.peter@hslu.ch  
T +41 41 228 41 84

## Master of Science in Business Administration Major in Tourism

Der Tourismus ist mit 300'000 Arbeitsplätzen und einem BIP-Anteil von rund 4% die viertgrösste Exportbranche der Schweiz. Weltweit ist der Tourismus die am stärksten wachsende Branche. Touristische Betriebe im Ausland und in der Schweiz wachsen, Projekte in neuen Destinationen in Osteuropa, Indien, China und anderen neuen Destinationen werden stetig komplexer, was für gut ausgebildete Masterabsolventen/-innen innerhalb der Branche und in tourismusverwandten Betrieben breite Perspektiven eröffnet. Spannende Herausforderungen für Absolventen/-innen ergeben sich jedoch nicht nur innerhalb von Unternehmen, sondern auch im Bereich der Kooperationen von mehreren Unternehmen, die ein Geschäftsmodell bilden.

Der Master in Business Administration mit dem Major in Tourism bietet den Absolventen/-innen folgende Vorteile:

- **starker Praxisbezug im Unterricht:** Das Curriculum wird entsprechend der Vision der Hochschule Luzern stark auf die Praxis ausgerichtet. Neuartige Partnerschaften mit der Praxis, Praxis-Patenschaften für Studierende sowie Dozierende sind Beispiele dafür.
- **hohe Internationalität:** Die Lerninhalte werden primär auf Betriebe mit starker internationaler Vernetzung ausgerichtet. Einige Dozierende von ausländischen Partnerhochschulen werden im Master unterrichten.
- **studienbegleitende Praxistätigkeit:** Während dem Masterstudium wird es möglich sein, bis zu 50% in einem touristischen oder tourismusnahen Betrieb zu arbeiten, um sich auch on-the-job weiterzubilden.
- **einmalige Kombination von Service Management und Tourismus:** In den ersten beiden Semestern des Masterstudiums werden unsere Studierenden vor allem im Bereich des Service Managements ausgebildet.

Das Wissen über Service Management kann auch ausserhalb der Tourismusbranche in verwandten Bereichen angewendet werden. Dazu gehören beispielsweise:

- Dienstleistungsgesellschaften (z. B. Freizeit- und Sportanbieter, Planungs- und Beratungsbüros, Immobiliengesellschaften u.a.m.)
- Unternehmen des öffentlichen und des privaten Verkehrs Kongresszentren, Eventagenturen oder Eventabteilungen bei unterschiedlichen Unternehmen



### Persönliche Beratung

Leiter Major Tourism  
Dr. Andreas Liebrich  
E [andreas.liebrich@hslu.ch](mailto:andreas.liebrich@hslu.ch)  
T +41 41 228 42 34

## 5. Die Module

### Der Modulbegriff

Ein Modul ist eine Kombination zeitgleicher Lehrveranstaltungen (Kurse), die in Bezug auf die Ziele und die Inhalte aufeinander abgestimmt sind. In der Regel dauert ein Modul ein Semester. Sein Umfang ist durch ECTS Credits definiert.

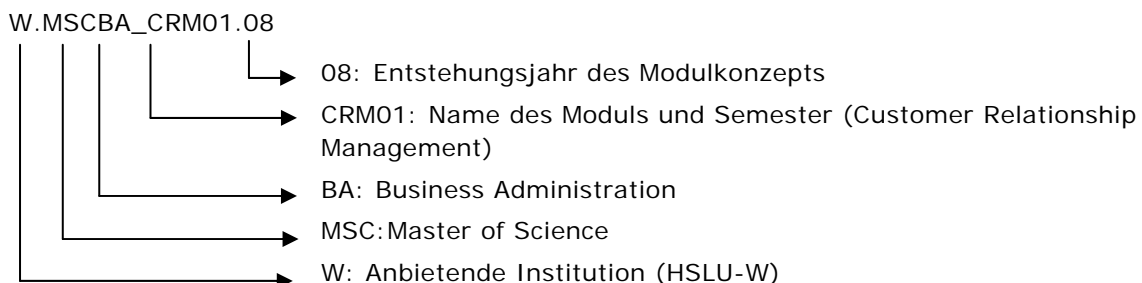
Module können als Bauelemente der Gesamtausbildung angesehen werden. Sie münden in eine Teilqualifikation, die das Modul vermitteln soll. Die Teilqualifikation setzt sich zusammen aus den Vorkenntnissen, die für das Modul verlangt werden, und den Modulzielen in Form von Wissen und Kompetenzen sowie den dazugehörigen Inhalten.

Die Teilqualifikation ist aus dem Kompetenzprofil der Absolventinnen und Absolventen abgeleitet. Damit wird das Modul zu einem Mosaikstein, der zusammen mit den anderen Modulen ein Gesamtbild ergibt, nämlich die Arbeitsmarktfähigkeit beziehungsweise die Berufsbefähigung. Voraussetzung dafür ist, dass die einzelnen Mosaiksteine, also die Module, zueinander passen und einander ergänzen. Dies wird als Kohärenz bezeichnet.

Module widmen sich oft einem thematischen oder inhaltlichen Schwerpunkt, der die traditionellen Fächergrenzen sprengt. Die Ziele eines Moduls bestimmen das didaktische Konzept, d.h. die →Lehr- und Lernformen (klassischer Unterricht, Seminare, Übungen, Praktika, Exkursionen usw.) sowie den Leistungsnachweis, den die Studierenden erbringen müssen.

### Der Modulcode

Jedes Modul hat einen Code. Die folgenden zwei Beispiele zeigen, was die einzelnen Teile des Modulcodes bedeuten:



Alle diese und weitere Informationen sind in den einzelnen Modulbeschreibungen zu finden, welche nach einem einheitlichen Raster aufgebaut sind. Es ist unabdingbar, dass die Studierenden mit den Beschreibungen der Module, die sie besuchen, vertraut sind.

### Weitere Informationen:

- *Aufnahme- und Prüfungsordnung für das Studium an der Hochschule Luzern*
- *Studienreglement für das Master-Studium an der Hochschule Luzern – Wirtschaft*

## 6. Die Leistungsnachweise

Jedes Modul beinhaltet einen oder mehrere Leistungsnachweise. Die Bewertung der Leistungsnachweise eines Moduls insgesamt, also die Modulbewertung, muss genügend (Note 4.0) oder besser sein, damit die für das Modul vorgesehenen dem persönlichen Konto gutgeschrieben werden.

In den thematisch ausgerichteten Modulen werden häufig am Ende des Semesters klassische schriftliche Kursprüfungen durchgeführt. Diese können – abhängig von didaktischen Überlegungen und vom vermittelten Stoff – entweder „closed book“ oder „open book“ sein. Die Form reicht dabei von klassischen Prüfungsformen über Fallstudien bis zu offenen Fragestellungen, bei welchen die Studierenden verschiedene Lösungsansätze entwickeln und miteinander vergleichen. In den meisten Kursen finden auch Kurzprüfungen während des Semesters. In den meisten Modulen werden neben einer schriftlichen Modulendprüfung auch unter dem Semester Leistungsnachweise in Form von Reflexionsberichte, Case Studies, Präsentationen, „come and tell“-Verfahren und Wissenstests verlangt, welche an die jeweilige Modulnote angerechnet werden kann.

Mit der Masterarbeit stellen die Studierenden ihre Fähigkeit sowohl praxisorientiert als auch wissenschaftlich zu arbeiten unter Beweis. Das Masterarbeitsprojekt besteht aus der Vorstudie, welche im 3. Semester verfasst wird und aus der Masterarbeit, welche sowohl die schriftliche Arbeit als auch die Präsentation und Verteidigung umfasst. Die Masterarbeit wird in der Regel im 4. Semester verfasst.

## 7. Datenabschrift

Am Ende jedes Semesters erhalten die Studierenden einen Leistungsausweis. Dieser nennt sich Datenabschrift oder Transcript of Records und enthält die während des Semesters absolvierten Module einschliesslich der Modulbewertungen und der erworbenen ECTS Credits.

Bei einer definitiv ungenügenden Modulbewertung besteht für das betreffende Modul die Möglichkeit eines Einsichtsrechts in die Prüfungsunterlagen, und zwar **während 30 Tagen nach Erhalt der Datenabschrift**.

Einsichtsbegehren sind an die **Sekretariatsleitung** zu richten, bei deren Abwesenheit an die Studiengangleitung.

Besteht auch nach der Einsichtnahme Uneinigkeit bezüglich der Bewertung, kann **innerhalb von 10 Tagen nach Ablauf der Einsichtsfrist** bei der Studiengangleitung eine anfechtbare Verfügung verlangt werden.

Aufgrund einer solchen Verfügung kann gemäss Art. 23 der Aufnahme- und Prüfungsordnung beim Bildungs- und Kulturdepartement des Kantons Luzern schriftlich und begründet Verwaltungsbeschwerde geführt werden.

Bitte beachten Sie, dass eine anfechtbare Verfügung eine unabdingbare Voraussetzung für eine allfällige Verwaltungsbeschwerde ist, unabhängig davon, ob vom Einsichtsrecht Gebrauch gemacht wurde oder nicht.

Über weitere wichtige Regelungen im Zusammenhang mit den Leistungsnachweisen - zum Beispiel Hilfsmittel, Verhinderung oder Rechtsmittel - geben die rechtlichen Grundlagen Auskunft:

- *Aufnahme- und Prüfungsordnung für das Studium an der Hochschule Luzern*
- *Studienreglement für das Master-Studium an der Hochschule Luzern – Wirtschaft*

### Weitere Informationen:

- Aufnahme- und Prüfungsordnung für das Studium an der Hochschule Luzern
- Studienreglement für das Master-Studium an der Hochschule Luzern – Wirtschaft
- Leistungsnachweise im Master-Studium – Hinweise für die Studierenden

## 8. Kooperationen

### • Major Business Development and Promotion

Das Masterstudium Business Administration, Major Business Development and Promotion wird in Kooperation mit den Fachhochschulen Bern und St. Gallen angeboten. Die Kooperation bündelt einerseits die Kompetenz von drei führenden Hochschulen der Schweiz. Andererseits öffnet die Kooperation für die Studierenden spannende Wahlmöglichkeiten. So können sie im Rahmen des Moduls Business Implementation alternativ auch Module der Partnerhochschulen belegen. Die Study Tour wird gemeinsam mit den Partnerhochschulen durchgeführt. Dadurch können Studierende bereits während dem Studium ein persönliches Netzwerk aufbauen.

### • Major Public and Nonprofit Management

Hinter diesem Master stehen die zwei führenden Schweizer Fachhochschulen im Bereich Public and Nonprofit Management. Die Kooperation zwischen der Hochschule Luzern – Wirtschaft und der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften ermöglicht es, die Spezialgebiete und Forschungsschwerpunkte der beiden Hochschulen optimal miteinander zu kombinieren.

Master-Kooperationen zwischen schweizerischen Fachhochschulen werden vom Bund unterstützt, damit die Studienprogramme von den unterschiedlichen Stärken und Spezialisierungen der beteiligten Hochschulen profitieren können. Sowohl die Hochschule Luzern – Wirtschaft als auch die ZHAW School of Management and Law haben im Fachbereich Public and Nonprofit Management in Lehre und Forschung eine ausgezeichnete Reputation und langjährige Erfahrung. Dies spiegelt sich u. a. in der grossen Nachfrage nach ihren Aus- und Weiterbildungsangeboten wider. Die Kompetenzen beider Hochschulen ergänzen sich komplementär und schaffen damit die wesentliche Erfolgsbasis für hochstehende Lehre und Forschung im Bereich Public and Nonprofit Management.

## 9. Das Diplom

Die Studierenden erhalten nach erfolgreichem Abschluss des Masterstudienganges ein eidg. anerkanntes Diplom, das zum Führen des Titels „Master of Science in Business Administration Hochschule Luzern/ FHZ with a Major in...“ berechtigt.

Zur Erlangung des Diploms ist der ganze Studiengang erfolgreich zu absolvieren. Die genauen Voraussetzungen für den erfolgreichen Studienabschluss sind im Prüfungsreglement detailliert beschrieben.

Die erfolgreichen Absolventinnen und Absolventen des Master-Studiums erhalten bei der Diplomierung die folgenden Dokumente:

- Diplomurkunde
- Diplomzeugnis
- Diplomzusatz














Der Diplomzusatz ist eine standardisierte Beschreibung der Ziele und Inhalte des Master-Studiums an der Hochschule Luzern – Wirtschaft und dessen Stellenwert im schweizerischen Hochschulsystem. Die Diplomurkunde gilt als Ausweis über das bestandene Master-Studium. Sie wird vom Fachhochschulrat ausgestellt.

## 10. Die Studiengebühren

Die Semestergebühren betragen für den Master „Business Administration“ pro Semester CHF 800.—. Hinzu kommen Ausgaben für Lehrmittel, Studienreisen etc. Für das Studium können Darlehen bei den kantonalen Stellen beantragt werden. Ebenfalls besteht die Möglichkeit, einen Antrag für ein Hirschmann-Stipendium zu stellen.

→ Die detaillierten Studienbudgets sind im Anhang zu finden.

## 11. Leitung und Administration der Leistungsbereiche Bachelor und Master

Bachelor		Anwesend	Master		Anwesend
	<b>Muff Pius</b> (Mup) Tel. 134 / Raum 3.13 / Stv Ped - Prorektor Leistungsbereich Bachelor	MO - FR		<b>Peter Daniel</b> (Ped) Tel. 184 / Raum 3.11 / Stv Mup - Leiter Leistungsbereich Master	DI - DO
	<b>Albisser Daniela</b> (Ala) Tel. 136 / Raum 3.13 / Stv Djb - Bachelor International Management & Economics - Assistenz Erasmus-Mobilität (Bachelor/Master)	DI / DO MO / MI / FR / VM		<b>Kopp-Portmann Simone</b> (Koi) Tel. 124 / Raum 3.15 / Stv Gua - Leitung Administration Bachelor/Master - Assistenz Leiter Master	MO / DI MI / DO / FR / VM
	<b>Djordjevic Biljana</b> (Djb) Tel. 101 / Raum 3.17 / Stv Ala - Bachelor Business Administration	MO - FR		<b>Hermann Rea</b> (Hee) Tel. 221 / Raum 3.19 / Stv Wüs - Administration Master	DI / DO / FR MO / MI / VM
	<b>Grab Martina</b> (Gir) Tel. 123 / Raum 3.17 / Stv Huf - Bachelor Business Administration - Bachelor Wirtschaftsinformatik - Administration ISA-Module HSLU-W	MO - FR		<b>Würmli Sonja</b> (Wüs) Tel. 127 / Raum 3.19 / Stv Hee - Administration Master: Major BDP und PNP	MO - FR
	<b>Gugolz Schmidiger Andrea</b> (Gua) Tel. 132 / Raum 3.15 / Stv Koi - Bachelor Business Administration - Administrative Fachverantwortung Bachelor - Stv. Leitung Administration Bachelor/Master	MO - DO	<b>Stundenplaner Bachelor</b>		
	<b>Hummel Flavia</b> (Huf) Tel. 125 / Raum 3.17 / Stv Gir - Bachelor Business Administration - ILIAS-Verantwortliche Bachelor - Praxisbildnerin Lernende NKG	MO - FR		<b>Schär Andreas</b> (Scn) Tel. 135 / Raum 4.11 - Stundenplaner Leistungsbereich Bachelor - Assistenz Prorektor Bachelor	MO - FR
	<b>Stofer Corina</b> (Stc) Tel. 102 / Raum 3.17 / Stv Huf - Bachelor Business Administration - ILIAS-Verantwortliche Bachelor	MO - FR	<b>Ressourcenverwaltung Bachelor</b>		
				<b>Deplazes Isabelle</b> (Dei) Tel. 328 / Raum 4.11 - Raumplanung und -koordination - Assistenz Stundenplanung	MO / MI / DO

## 12. Der Careers Service

### Der Careers Service der Hochschule Luzern

Der Careers Service der Hochschule Luzern bietet den Studierenden eine ständig grösser werdende Auswahl an Möglichkeiten, sich auf den Berufseinstieg vorzubereiten:

- Beratung (Hilfestellung z.B. bezüglich der Vereinbarkeit von Studium, Job und Familie)
- Schlüsselqualifikationen (Angebote für überfachliche Aus- und Weiterbildung)
- CV Datenbank (Online Informationen für interessierte Arbeitgeber)
- Jobs (ausgeschriebene Stellen für Nebenerwerb, Praktika, Einstiegsstellen usw.)
- Unternehmensportraits (Informationen über potenzielle Arbeitgeber)
- Kontakttage (Jobmessen mit Arbeitgebern)
- Selbständigkeit (Kurse und Beratung)
- Informationen und Links (die besten Sites zu Bewerbungen, Arbeitsmarkt etc.)

[www.careers.hslu.ch](http://www.careers.hslu.ch)

### Der Careers Service der Hochschule Luzern - Wirtschaft

In Ergänzung zu den Aktivitäten auf der Ebene der Hochschule Luzern unterstützt die Hochschule Luzern - Wirtschaft ihre Studierenden mit verschiedenen Aktivitäten und Angeboten beim Berufseinstieg und der Laufbahnplanung. In Zusammenarbeit mit Partnern entstehen Gefässe, die exakt auf die Bedürfnisse der Studierenden der Hochschule Luzern - Wirtschaft abgestimmt sind. Dazu gehören unter anderem:

- Bewerbungsevent: Anlass im vorletzten Semester mit wertvollen Tipps zum Thema Bewerbung und Berufseinstieg.
- Kontaktgespräch: Anlass im letzten Semester, bei dem die Studierenden des Abschlussjahrgangs mit interessierten Unternehmen in Kontakt treten und sich über die beruflichen Möglichkeiten informieren können.
- Mentoringprogramme: Möglichkeit, sich von erfahrenen Berufspersonen während des letzten Studienjahrs begleiten zu lassen und so das Netz zur Praxis enger zu knüpfen.
- Paten-Programme: Möglichkeit, während einer längeren Zeit in einem Paten-Betrieb tätig zu sein und dadurch bereits während des Studiums erste Praxiserfahrungen im Berufsumfeld zu erlangen.
- Der Careers Service Corner im Zwischengeschoss an der Zentralstrasse 9 vereint alle wichtigen Informationen für den Berufseinstieg an einem Ort. Neben einem Internet-Terminal, auf welchem die Karriereplattform der Hochschule Luzern durchforstet werden kann, gibt es Stelleninserate, Veranstaltungsplakate, Informationen zu Praktikummöglichkeiten etc. Zwei Prospektständer bieten eine übersichtliche Präsentation verschiedener Publikationen zum Thema Berufseinstieg und Karriere.

[www.hslu.ch/wirtschaft/w-ausbildung/w-careers-service.htm](http://www.hslu.ch/wirtschaft/w-ausbildung/w-careers-service.htm)

## 13. Wichtige Informationsgrundlagen für Studierende

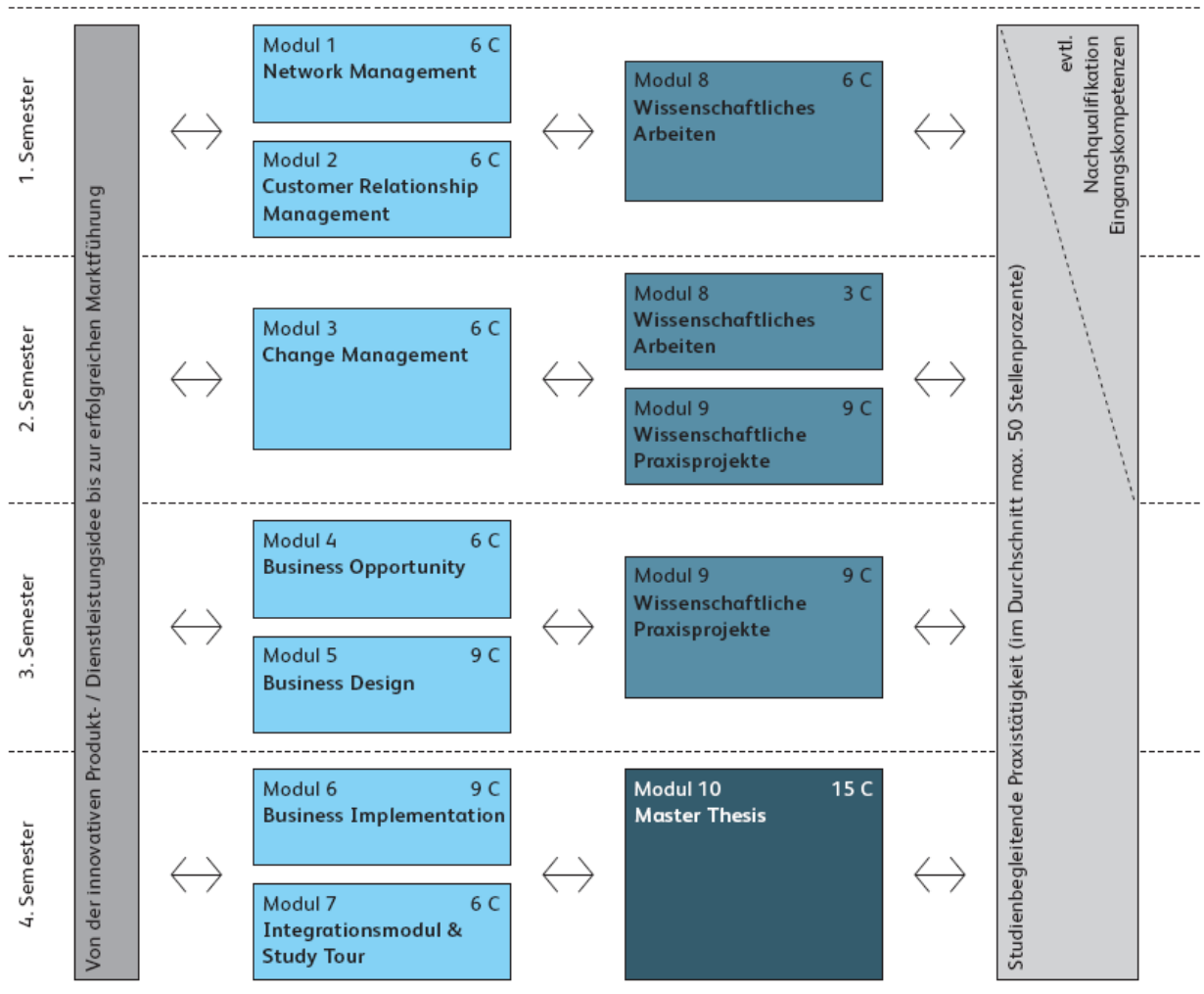
Die meisten der unten aufgeführten Dokumente erhalten die Studierenden bereits vor dem Studium oder bei Studienbeginn automatisch zugestellt. Falls etwas fehlt, wenden Sie sich bitte an das Studiengangsekretariat.

Folgende Unterlagen erhalten die Studierenden zusammen mit dem Aufnahmeentscheid kurz nach Anmeldeschluss:

- Eckdaten Master-Studium
- Merkblatt zur Immatrikulation
- Studienbudget des Master-Studiums

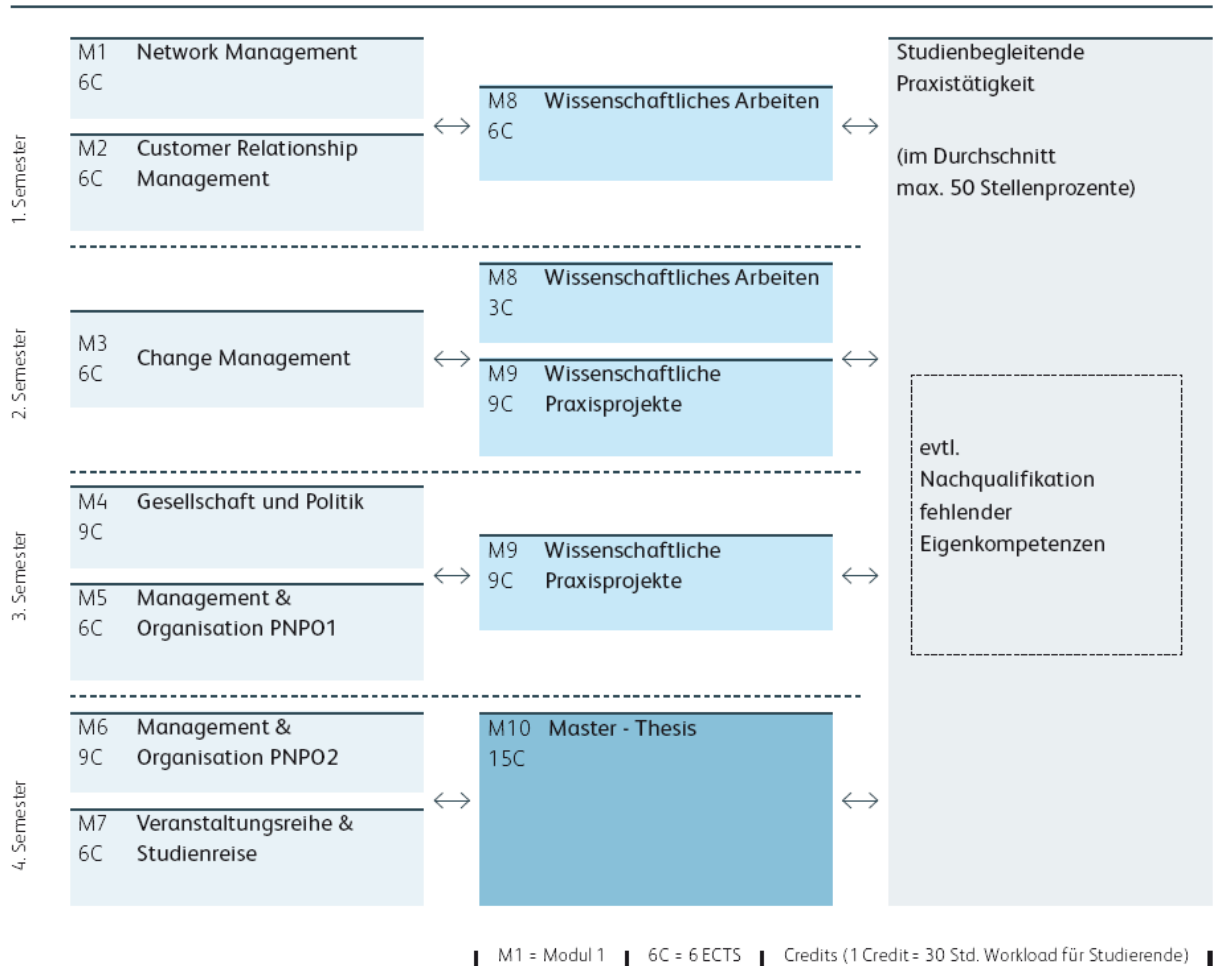
## 14. Modulübersichten

### Master of Science in Business Administration, Major Business Development and Promotion

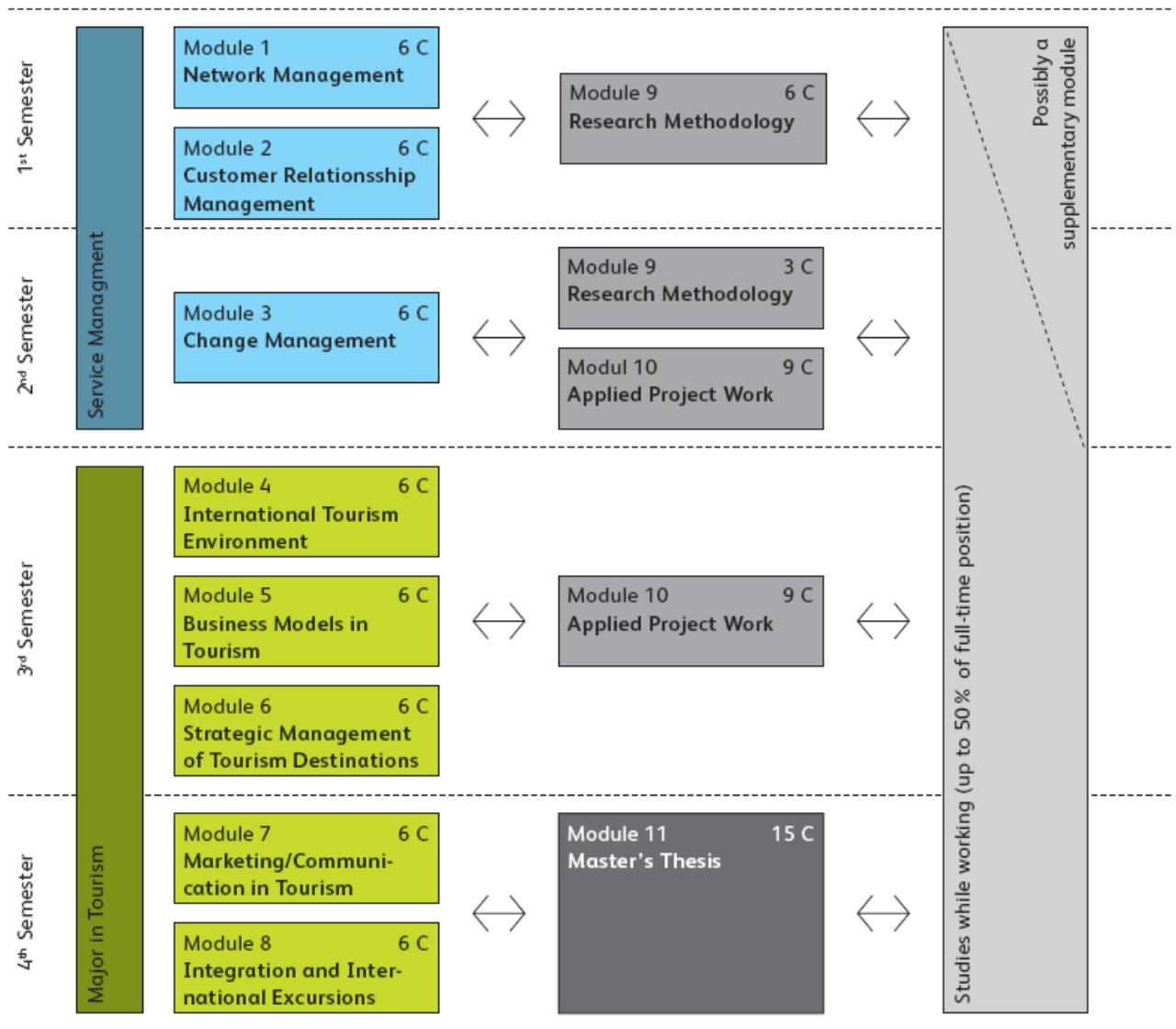


6 C = 6 ECTS Credits (1 Credit = 30 Std. Arbeitsleistung für Studierende)

## Master of Science in Business Administration, Major Public and Nonprofit Management



**Master of Science in Business Administration; Major Tourism**



M1 = module 1 | 6C = 6 ECTS credits (1 credit = 30-hour workload for students)

## 15. Modulverzeichnis

### Master of Science in Business Administration; Major Business Development and Promotion

Ausgabe Studienjahr 2011/12

Modulcode	Modulbezeichnung	ECTS Credits	Regelsemester
W.MSCBA_CRM01.08	Customer Relationship Management	6	1
W.MSCBA_NM01.08	Network Management	6	1
W.MSCBA_WA01.08	Wissenschaftliches Arbeiten	6	1
_FM	Forschungsmethodik	3	
_WT	Wissenschaftstheorie	3	
W.MSCBA_CM02.08	Change Management	6	2
W.MSCBA_WA02_FT.08	Wissenschaftliches Arbeiten: Forschungstools	3	2
W.MSCBA_WP02.08	Wissenschaftliche Praxisprojekte I	9	2
W.MSCBA_BO03.08	Business Opportunity	6	3
W.MSCBA_BD03.08	Business Design	9	3
W.MSCBA_WP03.08	Wissenschaftliches Praxisprojekte II	9	3
W.MSCBA_VMT03.10	Vorstudie Master Thesis	3	3
W.MSCBA_BIO4.08	Business Implementation	9	4
_PI	Promotion von Innovationen	3	
_LMS	Leadership und Managementsimulation	6	
W.MSCBA_IST04.08	Integrationsmodul & Study Tour	6	4
W.MSCBA_MT04.10	Master Thesis	12	4
<b>Total ECTS-Credits im Master-Studium</b>		<b>90</b>	

**Master of Science in Business Administration**  
**Major Public and Nonprofit Management**

Ausgabe Studienjahr 2011/12

<b>Modulcode</b>	<b>Modulbezeichnung</b>	<b>ECTS Credits</b>	<b>Regelsemes- ter</b>
W.MSCBA_CRM01.08	Customer Relationship Management	6	1
W.MSCBA_NM01.08	Network Management	6	1
W.MSCBA_WA01.08 _FM _WT	Wissenschaftliches Arbeiten Forschungsmethodik Wissenschaftstheorie	6 3 3	1
W.MSCBA_CM02.08	Change Management	6	2
W.MSCBA_WA02_FT.08	Wissenschaftliches Arbeiten: Forschungstools	3	2
W.MSCBA_WP02.08	Wissenschaftliche Praxisprojekte I	9	2
W.MSCBA_GP03.11	Modul 4 Gesellschaft und Politik	9	3
W.MSCBA_MO03.09 _QQ _RL	Modul 5 Management und Organisation I <i>Kurs 5.1</i> Qualität und Qualitätssicherung <i>Kurs 5.2</i> Ressourcen- und Leistungsmanagement	6 3 3	3
W.MSCBA_WP03.09	Wissenschaftliche Praxisprojekte II	9	3
W.MSCBA_VMT03.10	Vorstudie Master Thesis	3	
W.MSCBA_MO04.09 _PK _SMK	Modul 6 Management und Organisation II <i>Kurs 6.1</i> Projektmanagement in komplexem Kontext <i>Kurs 6.2</i> Stakeholder Management & Kommunikation	9 4 5	4
W.MSCBA_VS04.08 _ST _VR	Modul 7 Veranstaltungsreihe & Studienreise <i>Kurs 7.1</i> Studienreise <i>Kurs 7.2</i> Veranstaltungsreihe	6 3 3	4
W.MSCBA_MT04.10	Master Thesis	12	4
<b>Total ECTS-Credits im Master-Studium</b>		<b>90</b>	

**Master of Science in Business Administration**  
**Major Tourism**

Edition academic year 2011/12

<b>Module code</b>	<b>Module description</b>	<b>ECTS Credits</b>	<b>Semester</b>
W.MSCBA_CRM01.08	Customer Relationship Management	<b>6</b>	1
W.MSCBA_NM01.08	Network Management	<b>6</b>	1
W.MSCBA_WA01.08	Research Methodology I	<b>6</b>	1
_FM	Research Methodology and Tools	3	
_WT	Scientific Theory	3	
W.MSCBA_CM02.08	Change Management	<b>6</b>	2
W.MSCBA_WA02_FT.08	Research Methodology II: Research Tools	<b>3</b>	2
W.MSCBA_WP02.08	Applied Research Project I	<b>9</b>	2
W.MSCBA_BMT03.10	Business Models in Tourism	<b>3</b>	3
_HCM	Hotel Chain Management	1.5	
_AAM	Airline and Airport Management	1.5	
W.MSCBA_ITE03.10	International Tourism Environment	<b>6</b>	3
_TM	Tourism Markets	1.5	
_NT	Nature Tourism	1.5	
_IAT	Intercultural Aspects of Tourism	1.5	
_ITP	International Tourism Politics	1.5	
W.MSCBA_SMT03.08	Strategic Management in Tourism	<b>6</b>	3
W.MSCBA_WP03.08	Applied Research Project II	<b>9</b>	3
W.MSCBA_VMT03.10	Preliminary Master Thesis	<b>3</b>	3
W.MSCBA_BMT04.10	Business Models in Tourism	<b>3</b>	4
_TO	Tour Operating	1.5	
_CM	Cruise Management	1.5	
W.MSCBA_MCT04.08	Marketing & Communication in Tourism	<b>6</b>	4
W.MSCBA_IIE04.08	Integration & International Excursions	<b>6</b>	4
W.MSCBA_MT04.10	Master Thesis	<b>12</b>	4
<b>Total ECTS-Credits in the Master course</b>		<b>90</b>	

## 16. Modulübersicht: Master of Science in Business Administration

### Master of Science in Business Administration, Major in Business Development and Promotion

#### Network Management

6 Credits

1. Semester

In diesem Modul wird das strategische Management in Netzwerkkontexten behandelt. Aufbauend auf dem strategischen Managementprozess in Organisationen werden die Besonderheiten des Managements in Netzwerken dargelegt. Dabei werden die fließenden Grenzen zwischen der Organisation, dem sie umgebenden Netzwerk und den Märkten analysiert und neben den Gestaltungsmöglichkeiten auch deren Barrieren thematisiert. Die traditionellen Gegensätze wie «Kooperation» und «Wettbewerb» oder «Markt» und «Hierarchie» als gemeinsame Merkmale lösen sich weitgehend auf, zusehends werden deshalb rechtliche und normengestützte Steuerungsmechanismen wichtig.

#### Customer Relationship Management

6 Credits

1. Semester

Customer Relationship Management ist ein ganzheitlicher Managementansatz, bei dem der Kunde in den Mittelpunkt der unternehmerischen Geschäftstätigkeit gestellt wird. Die kundenorientierte Unternehmensführung ist ein zentrales, branchenübergreifendes Leitthema für Klein- und Grossunternehmen. Customer Relationship Management hat sich dabei als tragfähiger Ansatz erwiesen, der durch die funktionsübergreifende Koordination der Strategien, Prozesse und Massnahmen auf lange Sicht profitable Kundenbeziehungen sichern will. Bei der projektorientierten Umsetzung wird operatives Methodenwissen und –kompetenzen für die organisationsinterne Begleitung von Customer Relationship Management-Projekten vermittelt.

#### Change Management

6 Credits

1. Semester

Dieses Modul betrachtet die Schnittstelle zwischen der Unternehmung und den Märkten aus dynamischer und entwicklungsorientierter Perspektive. Veränderungen werden dabei als Quelle für innovative Technologien, Leistungen oder Prozesse und somit als Voraussetzung für die langfristige Sicherung der Überlebensfähigkeit von Unternehmen verstanden. Den Veränderungsbedarf von Unternehmen gilt es zu erkennen, Veränderungsprozesse zu planen, zu begleiten, zu steuern und zu evaluieren.

#### Business Opportunity

6 Credits

4. Semester

Die Studierenden entwickeln ein Verständnis für die Treiber im Markt (Technologie, Globalisierung, Kundenverhalten etc.) und können mit Einbezug der internen Potenziale in Unternehmen neue Chancen identifizieren bzw. generieren. Das notwendige methodische Wissen wird während des Studiums vermittelt. Die entdeckten Opportunities werden dann für die Entscheidungsfindung und Bewertung konkretisiert und in Konzeptpapieren dargestellt. Aufgrund der Konzeptpapiere werden Kriterienraster für die Evaluation entwickelt und die Entscheidungsträger entsprechend unterstützt.

**Business Design**

9 Credits

3. Semester

Die Studierenden können aufgrund einer innovativen Produkt- resp. Serviceidee konkrete Produkt- / Servicekonzepte verfassen. Neben der konkreten Gestaltung der Innovation gilt es auch die innovativen Prozesse zu designen, oder auch die Prozesse zur Erstellung von innovativen Leistungen zu entwickeln. Die Innovationen sind sodann in bestehende Geschäftsmodelle zu integrieren, oder es werden neue «business cases» konzipiert.

**Business Implementation**

9 Credits

4. Semester

Erst die Umsetzung macht aus einer guten Idee eine erfolgreiche Innovation. Im Modul werden die identifizierten Ideen im Konzeptpapier weiter konkretisiert. Die Studierenden erstellen solche detaillierten Konzeptpapiere, setzen sie in Cases um, fällen die notwendigen Entscheidungen und formulieren Aufträge. Zusätzlich sollen sie in der Lage sein, sowohl die Umsetzung als auch die Ergebnisse der Implementierung zu überwachen und zu kontrollieren.

**Integrationsmodul und Study Tour**

6 Credits

4. Semester

Die gesamtheitliche Integration und Vernetzung des Innovationsprozesses wird an konkreten Praxisfällen dargestellt. Im Rahmen einer Exkursion in eine bedeutende Wirtschaftsregion setzen sich die Studierenden mit internationalen und kulturellen Fragestellungen auseinander (Study Tour). Damit soll die Internationalisierung des Studiengangs sichergestellt werden, und die Studierenden können ihre interkulturelle Kompetenz zusätzlich vertiefen. Dabei ist nicht nur die richtige Vernetzung ein wichtiges Thema; die Studierenden haben die Möglichkeit, konkrete Praxisprojekte im Bereich «Business Development and Promotion» zu bearbeiten.

**Wissenschaftliches Arbeiten**

9 Credits

1./2. Semester

Erarbeitung der Methoden und Instrumente des wissenschaftlichen Arbeitens anhand konkreter Problemstellungen aus den Themengebieten Dienstleistungsmanagement und Innovation.

**Wissenschaftliche Praxisprojekte**

18 Credits

2./3. Semester

Methoden des wissenschaftlichen Arbeitens in konkreten Fallbeispielen richtig anwenden. Methodische Übungen zu vertiefenden Problemstellungen aus den Modulen 1 und 2.

**Masterthesis-Projekt**

15 Credits

3./4. Semester

Die Studierenden bearbeiten im Rahmen der Master-Thesis eigenständig eine Forschungsfrage und vernetzen dabei ihre erworbenen fachlichen, methodischen und wissenschaftlichen Kompetenzen. Die Master-Thesis ist die Abschlussarbeit des Masterstudiums.

## **Master of Science in Business Administration, Major in Public and Nonprofit Management**

### **Network Management**

6 Credits

1. Semester

In diesem Modul wird das strategische Management in Netzwerkkontexten behandelt. Aufbauend auf dem strategischen Managementprozess in Organisationen werden die Besonderheiten des Managements in Netzwerken dargelegt. Dabei werden die fließenden Grenzen zwischen der Organisation, dem sie umgebenden Netzwerk und den Märkten analysiert und neben den Gestaltungsmöglichkeiten auch die Grenzen thematisiert. Die traditionellen Gegensätze wie «Kooperation und Wettbewerb» oder «Markt» und «Hierarchie» als gemeinsame Merkmale lösen sich weitgehend auf; zusehends werden deshalb rechtliche und normengestützte Steuerungsmechanismen wichtig.

### **Customer Relationship Management**

6 Credits

1. Semester

Customer Relationship Management (CRM) ist ein ganzheitlicher Managementansatz, bei dem der Kunde in den Mittelpunkt der unternehmerischen Geschäftstätigkeit gestellt wird. Die kundenorientierte Unternehmensführung ist ein zentrales, branchenübergreifendes Leitthema für Klein- und Grossunternehmen. CRM hat sich dabei als tragfähiger Ansatz erwiesen, der durch die funktionsübergreifende Koordination der Strategien, Prozesse und Massnahmen auf lange Sicht profitable Kundenbeziehungen sichern will. Bei der projektorientierten Umsetzung werden Methodenwissen und -kompetenzen für die organisationsinterne Begleitung von CRM-Projekten vermittelt.

### **Change Management**

6 Credits

2. Semester

Dieses Modul betrachtet die Schnittstelle zwischen der Unternehmung und den Märkten aus dynamischer und entwicklungsorientierter Perspektive. Veränderungen werden dabei als Quelle für innovative Technologien, Leistungen oder Prozesse und somit als Voraussetzung für die langfristige Sicherung der Überlebensfähigkeit von Unternehmen verstanden. Den Veränderungsbedarf von Unternehmen gilt es zu erkennen, Veränderungsprozesse zu planen, zu begleiten, zu steuern und zu evaluieren.

### **Gesellschaft und Politik**

9 Credits

3. Semester

Dieses Modul bietet Raum, um über die Schweizer Gesellschafts- und Rechtsordnung und den gesellschaftlichen Wandel in Bezug auf Public und Nonprofit Organisationen nachzudenken, die unterschiedlichen Sichtweisen der Akteure in Politik, Gesellschaft, Wirtschaft und Medien zu analysieren, die dahinter liegenden Philosophien und Wertvorstellungen zu erkennen und mögliche Ansätze für ein gutes Zusammenleben zu formulieren. Die detaillierte Analyse eines spezifischen Handlungsfelds – beispielsweise Sport, Regionalökonomie, Kulturmanagement oder Gesundheit – soll einen vertieften Einblick in den öffentlichen und nicht gewinnorientierten Bereich gewährleisten.

- Managementinstrumente in Public and Nonprofit Organisationen 1** 6 Credits 3. Semester  
Ressourcen- und Leistungsmanagement sowie Qualitätsmanagement als Teil des Steuerungsmechanismus stehen im Zentrum dieses Moduls. Das Ressourcen- und Leistungsmanagement soll für öffentliche Verwaltungseinheiten und nicht gewinnorientierte Organisationen vertieft analysiert und reflektiert werden. Das Management der Qualität und die Qualitätssicherung sind weitere zentrale Aufgaben. Denn durch Qualität können Unternehmen viel gewinnen; durch Nicht-Qualität viel verlieren.
- Managementinstrumente in Public and Nonprofit Organisationen 2** 9 Credits 4. Semester  
Das Management von Projekten in öffentlichen und nicht gewinnorientierten Organisationen ist komplex. Projektmanagement ist speziell dann gefordert, wenn die Regierung die politischen Schwerpunkte anders setzt. Projektmanagementkenntnisse werden vertieft und entsprechend der Besonderheiten des Public- und Nonprofit-Bereichs weiterentwickelt. Stakeholder-Management und Kommunikation als weitere Instrumente sind für öffentliche und nicht gewinnorientierte Organisationen zentral. Politik wird zunehmend kommunikationsgesteuert; erfolgreiches Verwaltungshandeln muss kommunikativ entwickelt und vermittelt werden.
- Veranstaltungsreihe und Studienreise** 6 Credits 4. Semester  
Die Studierenden organisieren eine öffentliche Veranstaltungsreihe. Diese richtet sich an ein Publikum, das sich mit den neuesten Trends im Public- und Nonprofit-Bereich auseinandersetzen will. Während der Studienreise erhalten die Studierenden Einblicke in ausländische Public and Nonprofit Organisationen.
- Wissenschaftliches Arbeiten** 9 Credits 1./2. Semester  
Erarbeitung der Methoden und Instrumente des wissenschaftlichen Arbeitens anhand konkreter Problemstellungen aus den Themengebieten Dienstleistungsmanagement und Public and Nonprofit Management.
- Wissenschaftliche Praxisprojekte** 18 Credits 2./3. Semester  
Methoden des wissenschaftlichen Arbeitens in konkreten Praxisprojekten richtig anwenden. Methodische Übungen zu vertiefenden Problemstellungen aus den Modulen des Grundsockels und des Majors.
- Masterthesis-Projekt** 15 Credits 3./4. Semester  
Die Studierenden bearbeiten im Rahmen der Masterthesis eigenständig eine Forschungsfrage und vernetzen dabei ihre erworbenen fachlichen, methodischen und wissenschaftlichen Kompetenzen. Die Masterthesis ist die Abschlussarbeit des Masterstudiums.

## **Master of Science in Business Administration, Major in Tourism**

### **Network Management**

6 credits

1<sup>st</sup> Semester

This module focuses on strategic management as observed in the context of networks. On the basis of strategic management processes in organisations the module offers a behind-the-scenes look at the particular nature of management involving networks. It analyses the fluid boundaries that exist between organisations and their surrounding networks and markets while analysing both the possibilities and limitations of decision making at the same time. In this context, traditional opposites such as cooperation and competition, or markets and hierarchies, cease to be common denominators, while legal and regulatory control mechanisms become more important.

### **Customer Relationship Management**

6 credits

1<sup>st</sup> Semester

Customer relationship management proposes a holistic management approach that places the client at the centre of the organisation's activities. Client-focused management practices are further understood as the central strategic issue of small and medium-sized enterprises across the industry. Customer relationship management has proven to be a robust concept in its ability to coordinate cross-functional strategies, processes and measures in the long term with the aim of securing profitable client relationships. As they work on projects, students will gain understanding of the operational methodologies and competencies relating to internal support functions as encountered in customer relationship management projects.

### **Change Management**

6 credits

2<sup>nd</sup> Semester

This module examines the interface between the organisation and its markets from a dynamic, developmental perspective. This means that change becomes the source of innovation in technology, service and processes and thus is seen as the prerequisite for safeguarding the long-term survival of organisations. The need of organisations to change forces them to recognise the importance of planning, supporting, driving and evaluating change processes.

### **International Tourism Environment**

6 credits

3<sup>rd</sup> Semester

Students will develop an in-depth understanding of the internationally connected systems found in tourism as they relate to the environment, politics, law and culture; they will also learn to identify the resulting opportunities and risks that individual organisations face.

### **Business Models in Tourism**

6 credits

3<sup>rd</sup> Semester

Students will be able to evaluate the business models of key sub-sectors of the tourism industry (cruise management, tour operation, airline and airport management and hotel chain) using a structured approach. Moreover, they will work closely with international partner organisations in order to gain an overview of a range of business models.

### **Strategic Management in Tourism**

6 credits

3<sup>rd</sup> Semester

Students will learn how to cope with the particular strategic challenges encountered in tourism organisations and business models. By developing and implementing strategies, managing stakeholder interests, and practicing corporate governance and cross-cultural management, they will learn how to successfully develop, evaluate, and implement complex measures by taking stakeholders' interests into consideration.

**Marketing & Communication in Tourism** 6 credits 4<sup>th</sup> Semester

This module consistently focuses on the principles of developing and managing a tourism brand. Students will gain experience in decision-making as it relates to market research (brand status), brand distribution, brand communication and relationship marketing (brand loyalty). Moreover, they will acquire the tools for tackling the important tasks involved in implementing a tourism organisation's marketing and communication mix. The module is fully focused on providing the strategic and conceptual expertise needed to develop a uniform tourism brand that enables the organisation to differentiate itself.

**Integration and International Excursions** 6 credits 4<sup>th</sup> Semester

Students will work on the practical components of a business project and go on a study tour to a tourism destination. These projects are developed together with representatives of leading tourism institutes and take the current challenges of the industry into consideration. Module 8 integrates and reinforces the content of Modules 4 to 7.

**Research Methodology** 9 credits 1<sup>st</sup>/2<sup>nd</sup> Semester

This module enables students to develop the instruments and methodologies used in applied research by tackling a particular problem in the field of service management and innovation.

**Applied Project Work** 18 credits 2<sup>nd</sup>/3<sup>rd</sup> Semester

This module enables students to employ the methodologies used in applied research correctly by focusing on specific case examples taken from the fields of banking and finance. To this end, it offers structured exercises that aim to explore specific problems from Modules 1 and 2 more deeply.

**Master thesis project** 15 credits 3<sup>rd</sup>/4<sup>th</sup> Semester

While working on their Master's thesis (15 credits), students will pursue their own research topic independently and thus create an overarching context for the technical, applied and academic skills they acquired in earlier modules. The Master's thesis counts as the culmination of the Master's programme.

## 17. Eckdaten Master of Science in Business Administration

Studienjahr 2011/12

### Öffnungszeiten Master-Sekretariat

Montag – Freitag:	08.00 – 12.00 / 13.30 – 16.00
Samstag:	08.00 – 12.00
Während Ferien bzw. Semesterunterbruch, Montag bis Freitag:	08.00 – 12.00

---

### Unterrichtsfreie Ferien und Feiertage

Allerheiligen	01.11.11
Maria Empfängnis	08.12.11
Weihnachten	24.12. – 26.12.11
Neujahr	31.12. – 02.01.12
Schmutziger Donnerstag	16.02.12
Güdismontag	20.02.12
Ostern	06.04.12 – 09.04.12
Auffahrt	17.05.12
Pfingstmontag	28.05.12
Fronleichnam	07.06.12
Nationalfeiertag	01.08.12
Leodegar (Stadtfeiertag)	15.08.12

---

### Eckdaten zum Studienjahr

Beginn Herbstsemester	19.09.11
Eröffnungsveranstaltung Hochschule Luzern	19.09.11
Bewerbungsevent Careers Service	05.12.11
Ende Kontaktstudium Herbstsemester	23.12.11
Zeitfenster für ISA-Blockwochen	04.02.12 – 16.02.12
Beginn Frühlingssemester	21.02.12
Kontaktgespräch	März/April 12
Study Tour	29.04.12 – 06.05.12
Ende Kontaktstudium Frühlingssemester	26.05.12
Beginn Studienjahr 2012/13	17.09.12

---

### Eckdaten zu den Modulprüfungen

Bekanntgabe der Hilfsmittel für die Modulprüfungen des Herbstsemesters bis	02.12.11
Modulprüfungen Herbstsemester	13.01.12 – 27.01.12
Abgabe Noten Modulprüfungen Herbstsemester	13.02.12
Versand der Datenabschriften Herbstsemester (A-Post)	23.02.12

Bekanntgabe der Hilfsmittel für die Modulprüfungen des Frühlingssemesters bis	12.05.12
Modulprüfungen Frühlingssemester	25.06.12 – 07.07.12
Abgabe Noten Modulprüfungen Frühlingssemester	10.08.12
Versand der Datenabschriften Frühlingssemester (A-Post)	23.08.12
Abgabe Diplomakten an Absolventinnen und Absolventen (Diplomfeier)	21.09.12

#### **Eckdaten zur Wissenschaftlichen Praxisarbeit 03**

Abgabe der wissenschaftlichen Praxisarbeit 03 an das Master Sekretariat*	12.01.12
Präsentation Wissenschaftliche Praxisarbeit 03	13.01.12 – 27.01.12
Abgabe Noten Beurteilung WP03 an das Master Sekretariat	13.02.12

#### **Eckdaten zur Wissenschaftlichen Praxisarbeit 02**

Abgabe der wissenschaftlichen Praxisarbeit 02, an das Master Sekretariat*	21.06.12
Präsentation Wissenschaftliche Praxisarbeit 02	25.06.12 – 07.07.12
Abgabe Noten Beurteilung WP02 an das Master Sekretariat	10.08.12

#### **Eckdaten zur Masterarbeit**

Anmeldung zur Masterarbeit an Leitung Major	18.11.11
Abgabe der Vorstudie zur Master Thesis an das Master Sekretariat*	03.02.12
Abgabe Noten Beurteilung Vorstudie Masterarbeit	22.02.12
Abgabe der Masterarbeit, 16.00 Uhr an das Master Sekretariat*	14.06.12
Abgabe Noten Beurteilung Masterarbeit	10.08.12
Verteidigung der Masterarbeit	25.06.12 – 07.07.12

\* Abgaben „Wissenschaftliche Praxisarbeiten“, „Vorstudie zur Master Thesis“ und „Master Thesis“ jeweils bis 16.00 Uhr auf dem Master Sekretariat oder eingeschrieben per A-Post, Stempel Frist Abgabedatum

## 18. Übersicht über die Semesterdaten (2012 – 2017)

### Herbstsemester 2011/12 Kalenderwoche

19.09.2011

Unterricht	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51								
vorlesungsfreie Zeit															52	1	2	3	4			7
Prüfungsfenster																			5	6		

### Frühlingssemester 2012 Kalenderwoche

21.02.2012

Unterricht	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21								
vorlesungsfreie Zeit															22	23	24	25	26			29
Prüfungsfenster																			27	28		

### Herbstsemester 2012/13 Kalenderwoche

17.09.2012

Unterricht	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51								
vorlesungsfreie Zeit															52	1	2	3	4			7
Prüfungsfenster																			5	6		

### Frühlingssemester 2013 Kalenderwoche

18.02.2013

Unterricht	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21								
vorlesungsfreie Zeit															22	23	24	25	26			29
Prüfungsfenster																			27	28		

### Herbstsemester 2013/14 Kalenderwoche

16.09.2013

Unterricht	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51								
vorlesungsfreie Zeit															52	1	2	3	4			7
Prüfungsfenster																			5	6		

### Frühlingssemester 2014 Kalenderwoche

17.02.2014

Unterricht	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21								
vorlesungsfreie Zeit															22	23	24	25	26			29
Prüfungsfenster																			27	28		

**Herbstsemester 2014/15 Kalenderwoche**

15.09.2014

Unterricht	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51										
vorlesungsfreie Zeit															52	1	2	3	4					7
Prüfungsfenster																			5	6				

**Frühlingssemester 2015 Kalenderwoche**

16.02.2015

Unterricht	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21										
vorlesungsfreie Zeit															22	23	24	25	26					29
Prüfungsfenster																			27	28				

**Herbstsemester 2015/16 Kalenderwoche**

14.09.2015

Unterricht	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51										
vorlesungsfreie Zeit															52	1	2	3	4					7
Prüfungsfenster																			5	6				

**Frühlingssemester 2016 Kalenderwoche**

22.02.2016

Unterricht	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21										
vorlesungsfreie Zeit															22	23	24	25	26					29
Prüfungsfenster																			27	28				

**Herbstsemester 2016/17 Kalenderwoche**

19.09.2016

Unterricht	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51										
vorlesungsfreie Zeit															52	1	2	3	4					7
Prüfungsfenster																			5	6				

**Frühlingssemester 2017 Kalenderwoche**

20.02.2017

Unterricht	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21										
vorlesungsfreie Zeit															22	23	24	25	26					29
Prüfungsfenster																			27	28				

*Änderungen vorbehalten*

## 19. Studienbudget Studienjahr 2011/12

### Master of Science in Business Administration; Major Business Development and Promotion

Die folgende Aufstellung gibt eine Übersicht über die ungefähren Ausgaben während des Studiums und dient zur Erstellung des persönlichen Budgets.

Die Zahlen stützen sich auf die Schulgeldverordnung des Kantons Luzern (SRL 544) und die Gebührenverordnung der Hochschule Luzern. Änderungen bei den Gebühren werden vorbehalten; die anderen Beträge sind als Richtwerte zu verstehen.

- Die Einschreibgebühr wird nach der Anmeldung per Rechnung erhoben. Bei einer allfälligen Abmeldung wird dieser Betrag nicht mehr zurück erstattet.
- Die Studiengebühren werden ab Beginn des jeweiligen Semesters in Rechnung gestellt. Bei einer Abmeldung nach Semesterbeginn ist die Semestergebühr trotzdem fällig (auch ohne Unterrichtsbesuch).

Ausgaben	Art	Gebühren (in CHF)
Gebühr für Aufnahmeverfahren	einmalig	515
Studiengebühren	pro Semester	800 <sup>1</sup>
Lehrmittel	Jährlich	1'000 (ca.)
Modulendprüfungen: pro ECTS Punkt CHF 5	pro Semester	100 (ca.)
Diplomgebühr	einmalig	220
Kostenbeitrag Administration Studierendenaustausch/Auslandsemester	Einmalig	200
allfällige Gebühr für Modulnachholungen im Bachelorstudium	pro Semester	800 <sup>2</sup> (max.)
Studienreise / Exkursionen	einmalig	3'000 (ca.)
Gebühr für Legitimationskarte / Depot für Schliessfach: je CHF 50	einmalig	100
Kopier- und Dienstleistungspauschale: pro ECTS Punkt CHF 8	pro Semester	240 (max.)
Fonds für Schäden und Verluste	jährlich	15
Jahresbeitrag Studienrat	jährlich	10

<sup>2</sup>Der aufgeführte Betrag gilt für Studierende mit Wohnsitz in den Kantonen LU, UR, SZ, NW, OW, ZG, AG, AI, AR, BE, BL, BS, FR, GE, GL, GR, NE, SG, SH, SO, TG, TI, VD, VS, ZH sowie dem Fürstentum Lichtenstein.

Für die übrigen Studierenden werden die Gebühren, ausgehend von den entsprechenden Tarifen der Fachhochschulvereinbarung, im Umfang von CHF 8'000 bis 30'000 pro Studienjahr festgelegt. Bis auf weiteres übernimmt die Hochschule Luzern – Wirtschaft diese Kosten im Sinne eines Stipendiums. Die Studierenden werden somit denjenigen mit Wohnsitz im Kanton Luzern oder einem Vereinbarungskanton gleichgestellt (CHF 800 pro Semester).

<sup>1</sup> pro Semesterwochenlektion CHF 150.-

### Master of Science in Business Administration; Major Public and Nonprofit Management

Die folgende Aufstellung gibt eine Übersicht über die ungefähren Ausgaben während des Studiums und dient zur Erstellung des persönlichen Budgets.

Die Zahlen stützen sich auf die Schulgeldverordnung des Kantons Luzern (SRL 544) und die Gebührenverordnung der Hochschule Luzern. Änderungen bei den Gebühren werden vorbehalten; die anderen Beträge sind als Richtwerte zu verstehen.

- Die Einschreibgebühr wird nach der Anmeldung per Rechnung erhoben. Bei einer allfälligen Abmeldung wird dieser Betrag nicht mehr zurück erstattet.
- Die Studiengebühren werden ab Beginn des jeweiligen Semesters in Rechnung gestellt. Bei einer Abmeldung nach Semesterbeginn ist die Semestergebühr trotzdem fällig (auch ohne Unterrichtsbesuch).

Ausgaben	Art	Gebühren (in CHF)
Gebühr für Aufnahmeverfahren	einmalig	515
Studiengebühren	pro Semester	800 <sup>3</sup>
Lehrmittel	Jährlich	1'000 (ca.)
Modulendprüfungen: pro ECTS Punkt CHF 5	pro Semester	100 (ca.)
Diplomgebühr	einmalig	220
Kostenbeitrag Administration Studierendenaus- tausch/Auslandsemester	Einmalig	200
allfällige Gebühr für Modulnachholungen im Bachelorstudium	pro Semester	800 <sup>4</sup> (max.)
Studienreise / Exkursionen	einmalig	3'000 (ca.)
Gebühr für Legitimationskarte / Depot für Schliessfach: je CHF 50	einmalig	100
Kopier- und Dienstleistungspauschale: pro ECTS Punkt CHF 8	pro Semester	240 (max.)
Fonds für Schäden und Verluste	jährlich	15
Jahresbeitrag Studienrat	jährlich	10

---

<sup>2</sup>Der aufgeführte Betrag gilt für Studierende mit Wohnsitz in den Kantonen LU, UR, SZ, NW, OW, ZG, AG, AI, AR, BE, BL, BS, FR, GE, GL, GR, NE, SG, SH, SO, TG, TI, VD, VS, ZH sowie dem Fürstentum Lichtenstein.

Für die übrigen Studierenden werden die Gebühren, ausgehend von den entsprechenden Tarifen der Fachhochschulvereinbarung, im Umfang von CHF 8'000 bis 30'000 pro Studienjahr festgelegt. Bis auf weiteres übernimmt die Hochschule Luzern – Wirtschaft diese Kosten im Sinne eines Stipendiums. Die Studierenden werden somit denjenigen mit Wohnsitz im Kanton Luzern oder einem Vereinbahrungskanton gleichgestellt (CHF 800 pro Semester).

<sup>1</sup> pro Semesterwochenlektion CHF 150.-

### Master of Science in Business Administration; Major in Tourism

The following table provides an overview of the approximate outlay during the course and is intended as an aid in drawing up an individual costs. The figures are based on the ordinance on school fees (SRL 544) issued by the Canton of Lucerne and the fee regulations of Lucerne School of Business. The university reserves the right to change its fees; all other figures are reference values.

- The application fee will be charged after the application by invoice. There will be no return of the money if you cancel the application.
- Course fees must be paid in full by all students who are registered at the beginning of the semester.

<b>Outlay</b>	<b>Type</b>	<b>Amount (in CHF)</b>
Application fee	once	515
Course fees	per semester	800 <sup>5</sup>
Learning resources	annual	1'000 (guide)
Possible fee for an additional module as part of the Bachelor's course	per semester	800 <sup>6</sup> (max.)
Graduation fee	once	220
Administration fee for Exchange Semester	once	200
Study-Trip / Excursion	once	3,000 (guide)
Fee for legitimation card / Deposit for locker: each CHF 50		100
Flat rate for photocopies / services: CHF 8 per ECTS credit	per semester	240 (max.)
Module examinations: CHF 5 per ECTS credit	per semester	100 (guide)
Fund for damage and loss	annual	15
Student-union membership fee	annual	10

---

<sup>5</sup>The amount shown is valid for students living in any canton in Switzerland except the Canton of Jura but including the Principality of Liechtenstein.

For all other students, the fees range from CHF 8,000 to CHF 30,000 per academic year. The fees are set on the basis of tariffs laid out in the Agreement on Universities of Applied Sciences. For the time being, Lucerne School of Business will assume these costs as part of a scholarship. These students will thus have the same status as those living in the Canton of Lucerne or in another canton that is subject to the agreement and their fees will amount to CHF 800 per semester.

<sup>1</sup>A semester fee of CHF 150 per contact hour