

Modulbezeichnung: Design Thinking	
Modulkürzel	w.MA.XX.DET.19HS
ECTS Credits	3
Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch
Beschreibung des Moduls	<p>Design Thinking ist ein iterativer Problemlösungsprozess, bei dem der Kunde und seine Bedürfnisse konsequent in den Mittelpunkt gestellt werden. Rund um die Themenbereiche Digitalisierung, Agilität und Innovation wird Design Thinking im Unternehmensalltag als Vorgehensweise und Denkhaltung immer wichtiger. In diesem Modul lernen die Studierenden in kurzer Zeit die wichtigsten Methoden kennen, um erfolgreich Design Thinking-Projekte zu realisieren. Bis zum 8. Februar 2026 werden Sie über kurze Online-Videos und Leseaufträge in das Thema Design Thinking eingeführt. In der Woche vor Semesterstart 9. bis 13. Februar 2026 (!) erfolgt zusammen mit den Studierenden aus der Vertiefung Innovation and Entrepreneurship ein Design Thinking Bootcamp. BITTE BEACHTEN SIE: Ihre Teilnahme ist ganztägig von Montag bis und mit Freitag gefordert. In Teams von 4 bis 6 Studierenden lösen Sie eine Design-Challenge (Problemstellung) für einen (reellen) Wirtschaftspartner. Ihre Leistung erfolgt zu einem grossen Teil während des Bootcamps. Nach Semesterstart verfeinern Sie Ihren finalen Prototypen bzw. Ihre Lösung. Die finale Präsentation vor dem Auftraggeber erfolgt nach individueller Vereinbarung mit dem Wirtschaftspartner bis ca. SW 4-7. Auftraggeber der Projektarbeiten sind mittelgrosse bis grosse Unternehmen und Organisationen. In der Vergangenheit wurden etwa Projekte für die Migros, Swisscom, SWISS, Helion, AXA, Postfinance, TWINT etc. realisiert.</p>
Verantwortliche OE	Institut für Marketing Management
Modulverantwortung	Sandro Graf
Modulverantwortung Stellvertretung	Nina Weschenfelder
Studiengang und Vertiefungsrichtung	<ul style="list-style-type: none"> • Business Administration - Vertiefung in Marketing
Rechtliche Grundlagen	Studienordnung für den Masterstudiengang Business Administration vom 04.06.2009, Anhang zur Studienordnung für den Masterstudiengang Business Administration (Marketing) erstmals beschlossen am 07.11.2008
Modulkategorie	Modultyp Wahlpflichtmodul
Spezifische Vorkenntnisse	Kenntnisse qualitativer Forschungsmethoden MSc-Module gemäss Modultafel
Beitrag des Moduls für Learning Objectives des Studiengangs (durch das Modul betroffene)	<ul style="list-style-type: none"> • Fachkompetenz • Methodenkompetenz • Sozialkompetenz • Selbstkompetenz

Modulbezeichnung: Design Thinking

Beitrag des Moduls für Learning Objectives des Studiengangs

Fachkompetenz

- Theorie- & Praxisrelevante Fachinhalte wissen & verstehen
- Theorie- & Praxisrelevante Fachinhalte anwenden, analysieren und verknüpfen
- Theorie- & Praxisrelevante Fachinhalte evaluieren

Methodenkompetenz

- Problemlösung & Kritisches Denken
- Wissenschaftliche Methoden
- Arbeitsmethoden, -techniken & -verfahren
- Nutzung von Informationen
- Kreativität & Innovation

Sozialkompetenz

- Schriftliche Kommunikation
- Mündliche Kommunikation
- Kooperation im Team & Umgang mit Konflikten
- Interkulturalität & Perspektivenübernahme

Selbstkompetenz

- Selbstmanagement & Selbstreflexion
- Ethische & Soziale Verantwortung
- Lernen & Veränderung

Lernziele des Moduls

Die Studierenden...

- verstehen die ausgewählten Forschungsmethoden.
- eignen sich spezifisches Fachwissen an.
- denken vernetzt und interdisziplinär.
- hinterfragen gewonnene Erkenntnisse (kritisches Denken).
- stellen den Praxisbezug her (Unternehmens- und Umfeld-kontext).
- erarbeiten eigenständig Problemlösungsvorschläge.
- evaluieren aus einer Auswahl von verschiedenen Methoden die richtige Anwendung.
- dokumentieren und präsentieren eigenständig Erarbeitetes vor einem Praxispartner.

Inhalte des Moduls

- Projektmanagement
- Verschiedene Methoden der qualitativen Datenerhebung (Beobachtung, Interviews)
- Auswerten und verdichten von Informationen
- Kreativitätstechniken und Ideation
- Prototyping
- Einfache Testverfahren
- Präsentations- und Kommunikationstechniken

Verknüpfung zu anderen Modulen

Das Modul weist eine Verknüpfung zu folgenden Modulen auf:

- w.MA.XX.PSIM.14HS
- w.MA.XX.FBM.14HS
- w.MA.XX.WAIM.14HS
- w.MA.XX.BMCF.14HS

Digitale Lernressourcen

- Reader
- Fallstudien (inkl. Lösungen)

Unterrichtsmethoden

- Projektarbeit
- Anwendungsaufgaben
- Problemorientierter Unterricht
- Fallstudien
- Lehrvortrag
- Lehrgespräch

Eingesetzte Sozialformen:

- Gruppenarbeit

Unterrichtsgliederung

	Kontaktstudium	Begleitetes Studium	Autonomes Selbststudium
Vorlesung	-	-	
Übung	-	-	
Projektarbeit	-	26 h	
Seminar	28 h	-	
Total	28 h	26 h	36 h

Modulbezeichnung: Design Thinking

Leistungsnachweise	Modulendprüfung	Form	Dauer (Min.)	Gewichtung	
	-				
	Hilfsmittel				
	Andere	Bewertung	Format	Dauer (Min.)	Gewichtung
	Schriftliche Arbeit	Note	Gruppenarbeit	0	45.00
	Referat/mündliche Präsentation	Note	Gruppenarbeit	30	35.00
	Referat/mündliche Präsentation	Note	Gruppenarbeit	10	20.00
Präsenzverpflichtung im Kontaktstudium	80%				
	Ja				
Pflichtliteratur	<ul style="list-style-type: none">Lewrick, M., Link, P. & Leifer, L. (2018). Das Design Thinking Playbook. 2. Auflage. München: Franz Vahlen. ISBN 978-3-8006-5385-0. Das Buch ist digital über die Hochschulbibliothek verfügbar.				
Ergänzende Literatur	<ul style="list-style-type: none">gemäss Angabe Dozent				
Bemerkungen	<ul style="list-style-type: none">Die Studierenden erhalten bei erfolgreichem Projektabschluss ein Referenzschreiben des Dozenten.Für die Leistungsnachweise in Gruppenarbeit wird eine Peer-Evaluierung am Ende des Semesters durchgeführt, in der die Gruppenmitglieder die individuelle Arbeitsleistung der jeweils anderen Gruppenmitglieder beurteilen. Das Ergebnis dieser Peer Evaluierung kann Einfluss auf die Benotung der Leistungsnachweise haben. Der abschliessende Entscheid hierüber liegt bei den Dozierenden.				