



Bewertungsbericht zum Antrag der Universität Münster, Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät, auf Akkreditierung des weiterbildenden Master-Studiengangs CUR Executive Accounting & Controlling Program mit dem Abschluss „Executive Master of Business Administration“ (EMBA) sowie des weiterbildenden Master-Studienprogramms Marketing Executive Program mit dem Abschluss „Executive Master of Business Administration“ (EMBA)

Hannover, 24. Januar 2007

Vorbemerkung

Im Rahmen der Akkreditierung von 10 Studienprogrammen wurde am 31.05.2005 und 01.06.2005 eine Vor-Ort-Begutachtung an der Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät der Universität Münster durchgeführt. Das Verfahren wurde seitens der ZEvA von Herrn Dr. Frank Wullkopf begleitet. Der Antrag auf Akkreditierung des weiterbildenden Master-Studiengangs CUR Executive Accounting & Controlling Program mit dem Abschluss Executive Master of Business Administration (EMBA) sowie des weiterbildenden Master-Studienprogramms Marketing Executive Program mit dem Abschluss „Executive Master of Business Administration“ (EMBA) ist am 16.08.2006 bei der ZEvA eingegangen. Der Studiengang wird von der Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät der Universität Münster angeboten. Da der Zeitpunkt der Vor-Ort-Begutachtung an der Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät der Universität Münster nicht allzu weit zurückliegt, wurde in diesem Verfahren keine erneute Vor-Ort-Begutachtung durchgeführt. Grundlage dieses Bewertungsberichtes bilden die Antragsunterlagen der Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät der Universität Münster. Die Gutachtergruppe setzte sich wie folgt zusammen:

- Herr Prof. Dr. Thorsten Litfin, Fachhochschule Osnabrück, Fakultät für Gesellschaft und Technik;
- Herr Prof. Dr. Uwe Vollmer, Universität Leipzig, Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät;
- Herr Dipl.-Kauf. Hugo van Bremen (als Vertreter der Berufspraxis).

B Bewertung

1. Institution

1.1 Allgemeine Informationen zur Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät der Universität Münster

Die Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät der Universität Münster, an der heute mehr als 6.000 Studierende im ersten Studienfach eingeschrieben sind, kann auf eine traditionsreiche Vergangenheit zurückblicken. Die Fachrichtungen der Fakultät umfassen die Betriebswirtschaftslehre, die Volkswirtschaftslehre, die Wirtschaftsinformatik und die Ökonomische Bildung. Die volkswirtschaftliche Forschung und Lehre wird bereits seit Gründung der damaligen Rechts- und Staatswissenschaftlichen Fakultät im Jahre 1902 betrieben und bildet damit die älteste Disziplin des Fachbereichs. Seit 1957 hat sich ein eigener betriebswirtschaftlicher Studiengang an der Universität Münster etabliert. Begonnen wurde mit drei betriebswirtschaftlichen Lehrstühlen, deren Lehr- und Forschungsschwerpunkte in den Bereichen Industriebetriebslehre, Handelsbetriebslehre sowie Revisionswesen und betriebliche Steuerlehre angesiedelt waren. In den sechziger und siebziger Jahren wurde die betriebswirtschaftliche Sparte durch Errichtung zusätzlicher Lehrstühle ausgebaut, wobei neue Schwerpunkte wie etwa Marketing, Finanzierung oder Controlling entstanden. Heute sind vierzehn Professoren an betriebswirtschaftlichen Instituten und Lehrstühlen tätig. Zurzeit werden im betriebswirtschaftlichen Bereich nach amerikanischem Vorbild Zentren gebildet. Vorreiter sind das „Centrum für Krankenhausmanagement (CKM)“ und das „Marketing Centrum Münster (MCM)“. Darüber hinaus wird im Rahmen der BWL die fachbereichsübergreifende Zusammenarbeit gefördert. So wurde im Jahre 2000 das Institut für betriebswirtschaftliches Management im Fachbereich Chemie und Pharmazie gegründet und der Fakultät angeschlossen. Im Zuge der Entwicklung zur Informationsgesellschaft wurde 1990 der Studiengang Wirtschaftsinformatik eingerichtet. Die zunehmende Nachfrage nach ökonomischen Inhalten aus anderen Disziplinen hat die Fakultät dazu veranlasst, ein Institut zu gründen, welches sich in Forschung und Lehre mit der ökonomischen Bildung befasst. Das hieraus im Jahre

2000 entstandene Institut für Ökonomische Bildung betreut in erster Linie Studierende der Lehrämter sowie Studierende im Nebenfach aus nicht wirtschaftswissenschaftlichen Fachbereichen.

1.2 Ausstattung

Studentische Arbeitsplätze existieren in Form von Computerpools. Darüber hinaus wird den Studierenden die Möglichkeit geboten, sich auf dem gesamten Gelände der Fakultät mit Hilfe ihres eigenen Laptops per WLAN am Hochschul-Netzwerk anzumelden und so Universitätsressourcen zu nutzen. Die Auslastung schwankt zwischen 40% bei kleineren (30-40 Plätze) und 100% bei den großen (700-800 Plätze) Hörsälen. Insgesamt ist die Raumsituation für die Durchführung des Lehrbetriebs ausreichend. Die EDV-Versorgung wird durch eine zentrale Einrichtung der Fakultät, die Informationsverarbeitungsversorgungseinheit (IVV), gewährleistet. Diese gliedert sich im operativen Bereich in die Betriebliche Datenverarbeitung zur Versorgung der Studierenden und Forschenden aus der Betriebswirtschaftslehre, Volkswirtschaftslehre und ökonomischen Bildung und in die Systemgruppe der Wirtschaftsinformatik. Die Mitarbeiter dieser Einrichtungen sind für Beschaffung, Installation, Wartung und Benutzerunterstützung zuständig. In den Instituten gibt es eine Vielzahl von Computerarbeitsplätzen (BWL/VWL/IÖB: ca. 650, WI ca. 400). Größere Institute besitzen spezielle Computerarbeitsräume, die in der Verantwortung der einzelnen Institute stehen und wie Wissenschaftlerarbeitsplätze betreut werden. Diese Institutsausstattung steht nicht nur dem wissenschaftlichen Personal zur Verfügung, sondern wird auch von Studierenden für Examens- oder Projektarbeiten genutzt. Die Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät der Universität Münster ist hinreichend ausgestattet, um die beantragten beiden Studiengänge durchzuführen.

1.3 Qualitätssicherungsmaßnahmen

Das Hochschulgesetz des Landes Nordrhein-Westfalen weist die Verantwortung für die Evaluation den einzelnen Hochschulen zu. Die Evaluation wird durch eine vom Senat verabschiedete Evaluationsordnung geregelt, die jeweils für die Evaluation der Forschung bzw. der Lehre durch Leitsätze zu Inhalt und Verfahren ergänzt wird. Die Leitsätze bezüglich der Lehre sind vom Senat der WWU im Sommersemester 2005 ebenfalls in erster Lesung behandelt worden. Die Anwendung der Evaluationsmechanismen wird durch einen vom Senat bestellten Lenkungsausschuss Evaluation geregelt. Dieser hat die Entwicklung eines Organisationskonzepts weitgehend abgeschlossen. Im Sommersemester 2006 haben die ersten Evaluationen stattgefunden. Allerdings finden sich in den Unterlagen keine konkreten Hinweise zur Qualitätssicherung der Lehre an der Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät der Universität Münster. Es wird in diesem Zusammenhang nur auf eine standardisierte Befragung der Studierenden verwiesen. Durch die bereits bestehende Alumni-Vereinigung wird eine Übersicht über den Verbleib der Absolventinnen und Absolventen des Studienprogramms gewährleistet werden können.

2. Studienprogramme

2.1 Weiterbildender Master-Studiengang CUR Executive Accounting & Controlling Program

2.1.1 Begründung für die Einrichtung des Studienprogramms

Die Begründung für die Einrichtung des weiterbildenden Master-Studiengangs CUR Executive Accounting & Controlling Program ist überzeugend dargestellt. Die inhaltliche Ausgestaltung des Studiengangs ist präzise beschrieben.

2.1.2 Qualifikationsziele

Ziel ist es, die Studierenden insofern zur Unternehmensführung zu befähigen, als dass sie betriebswirtschaftliche Entscheidungen unter Berücksichtigung möglicher Handlungsfolgen für alle relevanten Anspruchsgruppen in einem Unternehmen fundiert treffen können sollen. Zur Erreichung dieses Ziels werden betriebswirtschaftliche Sachverhalte aus den

unterschiedlichen Blickwinkeln des Rechnungswesens, insbesondere der Kostenrechnung, Investitionsrechnung, Besteuerung und Bilanzierung betrachtet. Hierdurch soll eine Voraussetzung für eine abteilungsübergreifende Planung, Steuerung und Kontrolle in einem Unternehmen ermöglicht werden. Hierbei wird angestrebt, dass die Studierenden praktische Fragestellungen auch aus ihrem eigenen Berufsalltag mit Hilfe wissenschaftlicher Erkenntnisse und Methoden praxisorientiert lösen. Hierbei kommt der wertschöpfungsstufenübergreifenden Bearbeitung der Probleme eine besondere Bedeutung zu, da in der Praxis häufig viele Schnittstellen im Unternehmen betroffen sind, die zu managen sind. Im Studienprogramm wird der Anspruch erhoben, dass die Studierenden auf der einen Seite ein breit angelegtes betriebswirtschaftliches Wissen erwerben und auf der anderen Seite durch den durchgehenden Bezug zum Rechnungswesen hoch qualifizierte Generalisten werden, die auf Basis betriebswirtschaftlicher Rechnungssysteme und der darauf aufbauenden Instrumente unternehmerische Aufgaben bewältigen können.

2.1.3 Zugang und Zulassungsvoraussetzungen

Zugelassen werden Bewerber/innen, die an einer Hochschule im In- oder im Ausland einen ersten berufsqualifizierenden Abschluss erworben haben, und die über eine mindestens dreijährige Berufserfahrung verfügen, die wirtschaftswissenschaftliche Kenntnisse voraussetzt. Als ein erster berufsqualifizierender Abschluss werden anerkannt:

- Bachelor-Abschluss in einem wissenschaftlichen Studiengang an einer Universität mit nachgewiesenem Erwerb von mindestens 240 Leistungspunkten (z. B. in Wirtschafts- oder Sozialwissenschaften, Rechtswissenschaften, Naturwissenschaften, Ingenieurwissenschaften, Informatik, Wirtschaftsinformatik, Geisteswissenschaften).
- Diplom, Master, Magister oder ein gleichwertiger Abschluss in einem wissenschaftlichen Studiengang an einer Universität mit mindestens 240 Leistungspunkten.
- Master oder Diplom in einem wissenschaftlichen Studiengang an einer Fachhochschule mit mindestens 240 Leistungspunkten.

Die in § 4 der Prüfungsordnung vorgenommene Differenzierung zwischen Absolventinnen und Absolventen von Universitäten und Fachhochschulen steht in Widerspruch zu den Ländergemeinsamen Strukturvorgaben der KMK und muss entsprechend überarbeitet werden.

Zudem werden keinerlei Kriterien angeführt für die Studierendenauswahl bei einem Nachfrageüberhang. Die angeführten Qualitätsmerkmale sind nicht spezifiziert und lassen erheblichen Spielraum, der zu Lasten bestimmter Studierendengruppen (z. B. Absolventinnen und Absolventen der Fachhochschulen) führen könnte. Bei den Kriterien für die Auswahl der Studierenden sollten Basiskenntnisse in der englischen Sprache zur Voraussetzung gemacht werden, da im Verlauf des Studiums internationale Konzernabschlüsse gelesen und internationale Standards und Bilanzen verstanden werden müssen.

2.1.4 Lehrpersonal

Die Lehrleistung wird im Wesentlichen von Prof. Dr. Dr. h. c. Jörg Baetge, Prof. Dr. Wolfgang Berens und Prof. Dr. Christoph Watrin erbracht. Prof. Dr. Dr. h. c. Jörg Baetge ist emeritierter Professor an der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster. Er leitet ein Forschungsteam zu Fragen der IAS/IFRS-Bilanzierung. Zudem ist er Gutachter in Spruchstellenverfahren sowie Gutachter für Unternehmensbewertung und Bilanzfragen. Prof. Dr. Wolfgang Berens hat seit Mai 1999 den Lehrstuhl für Betriebswirtschaftslehre, insbesondere Controlling, an der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster inne. Zuvor lehrte er in unterschiedlichen Funktionen an den Universitäten Münster, Kaiserslautern, Osnabrück, Köln und Düsseldorf. Er ist seit 2001 Mitbegründer und Gesellschafter der BMS Consulting GmbH Düsseldorf, einem Beratungsunternehmen, welches schwerpunktmäßig Problemlösungskonzepte rund um das Aufgabenfeld Controlling anbietet. Prof. Dr. Christoph Watrin ist Direktor des Instituts für Unternehmensrechnung und - Unternehmensbesteuerung an der Westfälischen

Wilhelms-Universität Münster und Steuerberater. Die Professoren der Universität Münster gewährleisten mit ihren Erfahrungen aus der Berufswelt den Praxisbezug des Studiums.

2.1.5 Art und Struktur des Studiums einschließlich Abschlussgrad, Verhältnis von Präsenz und Selbststudium

Das CUR Executive Accounting & Controlling Program ist ein Weiterbildungsstudiengang, der in Teilzeit absolviert werden soll. Es wird von einer Regelstudienzeit von 18 Monaten ausgegangen. In dieser Zeit sind die vorgesehenen 60 Leistungspunkte zu erwerben. Das Studienprogramm soll im September 2007 starten, es ist eine jährliche Aufnahmekapazität von 25 Studierenden vorgesehen. Da sich der Studiengang an Berufstätige richtet, ist er als Teilzeitstudium angelegt und im Ablauf auf die Bedürfnisse dieser Zielgruppe abgestimmt. Die Veranstaltungen sind geblockt und finden jeweils an drei oder vier aufeinander folgenden Tagen statt und finden in einem zeitlichen Abstand von ca. sechs Wochen statt. Alle Module haben eine im Vergleich zu Vollzeitstudiengängen reduzierte Präsenzzeit. Von der workload entfallen ca. zwei Drittel auf das Selbststudium und ein Drittel ist für Präsenzphasen und die Prüfungen vorgesehen. In den Modulbeschreibungen wird jeweils hervorgehoben, dass die Präsenzphasen interaktiv gestaltet werden sollen und hier auch schwerpunktmäßig die Bearbeitung von Fallstudien in Kleingruppen gepflegt werden soll, wodurch einerseits eine praxisorientierte und zugleich wissenschaftlich fundierte gemeinsame Erarbeitung von Lösungen angestrebt wird und andererseits Schlüsselqualifikationen geschult werden sollen. Zudem sind alle Module so konzipiert, dass die Studierenden den jeweiligen Stoff anhand von zur Verfügung gestellten Materialien selbst erarbeiten müssen.

Über die Materialien, die den Studierenden zur Verfügung gestellt werden sollen, kann keine Aussage getroffen werden, da diese nicht vorlagen. Darüber hinaus erhalten die Studierenden Zugang zu einer E-Learning-Plattform, die bei der vorherigen Begehung gezeigt worden ist. Damit wird auch eine zeit- und ortsunabhängige Kommunikation unter den Studierenden ermöglicht, die gerade bei den doch geringen Präsenzzeiten notwendig ist. Für die Vor- und Nachbereitung des Stoffes werden ausreichend lange Zeiträume vorgesehen.

2.1.6 Berufsqualifikation

Die angestrebte Berufsfeldorientierung ist klar und zielgerichtet auf zukünftige Führungskräfte angelegt, die mit dem Instrumentarium Rechnungswesen und Controlling planen, steuern und kontrollieren wollen und müssen.

2.1.7 Lehrmethoden und Prüfungsformen

Die erlernten Inhalte der Module werden in einem sich anschließenden Fallstudienseminar vertieft. In Kleingruppenarbeit erarbeiten die Studierenden Lösungen zu vorgegebenen Fallstudien aus den vorher in den Modulen erarbeiteten Themenbereichen. Hervorzuheben ist beim Modul Investition und Finanzierung, dass hier die Wissensvermittlung und – Wissensvertiefung durch den Einsatz eines Planspiels aktiv unterstützt wird.

2.1.8 Studienverlauf und Modularisierung

Entsprechend der Studienzielbeschreibung ist das Curriculum insgesamt betrachtet klar und zielgerichtet angelegt. Allenfalls die angestrebte Breite in der Wissensvermittlung betriebswirtschaftlicher Inhalte ist in Zweifel zu ziehen. Das Curriculum besteht ausschließlich aus Pflichtveranstaltungen und umfasst sechs Module (à drei bzw. vier Leistungspunkte), einem Fallsstudienseminar (8 Leistungspunkte), einem Repetitorium (4 Leistungspunkte), einer mündlichen Abschlussprüfung (9 Leistungspunkte) sowie einer Masterarbeit (18 Leistungspunkte). Die Empfehlungen der ZEvA für die Modularisierung werden damit mehrfach nicht berücksichtigt. Zum einen sollte ein Modul einen Mindestumfang von 4-6 Leistungspunkte haben und zum anderen einen Maximalumfang von 11-12 Leistungspunkte besitzen. Alle sechs Module haben weniger Leistungspunkte als es der von der ZEvA empfohlene Mindestumfang vorsieht. Im Repetitorium sind keine Prüfungsstunden vorgesehen. Es ist allerdings zu vermuten, dass das Repetitorium auf die

sich anschließende mündliche Abschlussprüfung vorbereiten soll, so dass die beiden Module als zusammengehörig zu betrachten sind. In diesem Fall wäre die Modulmaximalgröße mit 13 (9+4) Leistungspunkten überschritten. Die Gutachtergruppe möchte in diesem Zusammenhang die Empfehlung aussprechen, die derzeitigen Modulgrößen noch einmal zu überarbeiten respektive den Empfehlungen der ZEvA entsprechend anzupassen.

Die Inhalte sind klassisch für den Bereich Rechnungswesen und Controlling. Die Module umfassen die wichtigen Themenbereiche Grundlagen des Rechnungswesens und Kostenrechnung, Grundlagen des Jahresabschlusses, betriebswirtschaftliche Steuerlehre, Investition und Finanzierung, Shareholder-Value Orientierung und Bilanzanalyse sowie die Grundlagen des Reportings. Die Themenschwerpunkte sind zielgerichtet für die Planung, Steuerung und Kontrolle von Unternehmensbereichen aus Sicht des Rechnungswesens ausgewählt worden. Die inhaltliche Schwerpunktsetzung ist insgesamt betrachtet als zielorientiert anzusehen. Eine erste Abrundung erfährt das Curriculum durch ein Repetitorium, in dem die wesentlichen Inhalte aller Module noch einmal übergreifend aus dem Gesamtzusammenhang wiederholt und offene Fragen geklärt werden können. Offen ist, welchen Leistungsnachweis die Studierenden in dieser Veranstaltung erbringen müssen. In der sich anschließenden mündlichen Prüfung sollen die Studierenden zeigen, dass sie den gelernten Stoff beherrschen und diesen auch vernetzt einsetzen können. Das Studium wird mit einer Masterarbeit abgeschlossen. Die Inhalte sowie das Curriculum sind vor dem Hintergrund der gesetzten Zielsetzung des Studiengangs insgesamt betrachtet angemessen und ausgewogen. Der Aufbau und der Ablauf des Studiums sind klar strukturiert und tragen dem Umstand Rechnung, dass es sich um einen Weiterbildungs-Masterstudiengang handelt, den die Studierenden in Teilzeit absolvieren. Allerdings hätte man die eigene betriebliche Praxis der Studierenden noch stärker einbeziehen können, wie es beim Marketing Executive Program durch das Betriebspraktikum gemacht worden ist.

Kritisch anzumerken sind die fehlenden Modulbeschreibungen für das Fallstudienseminar und das Repetitorium. Insgesamt ist die workloadberechnung gut nachvollziehbar. Für die Zukunft wäre es wünschenswert, wenn die workload auf eine empirische Basis gestellt wird und differenzierter nach Veranstaltungs-/Lernformen dargestellt wird. Als problematisch erweist sich, dass die Größe der einzelnen Module vielfach von den von der ZEvA empfohlenen Werten abweicht. Insgesamt betrachtet ist das Curriculum inhaltlich ausgewogen und auf die Zielgruppe sowie das angestrebte Berufsbild abgestimmt. Die avisierte breite Abdeckung betriebswirtschaftlicher Inhalte findet sich zwar nicht in den Modulen wieder, dennoch werden die Absolventen zielgerichtet Unternehmensbereiche auf Basis betriebswirtschaftlicher Rechnungssysteme und der darauf aufbauenden Instrumente planen, steuern und kontrollieren können. Ebenfalls wie beim Marketing Executive Program wären Elemente der Mitarbeiter-/Teamführung zusätzlich wünschenswert gewesen. Als problematisch könnte sich zudem die große Heterogenität der Studierenden bzgl. der Vorkenntnisse im Bereich der Betriebswirtschaftslehre erweisen. Hier finden sich keinerlei Ansätze, wie dieses in den Modulen gelöst werden soll. Eventuell sollte man hier eine Einschränkung auf wissenschaftliche Studiengänge mit einem Mindestanteil von wirtschaftswissenschaftlichen Inhalten vornehmen.

2.1.9 Abschließendes Votum

Die Gutachter empfehlen der Ständigen Akkreditierungskommission der ZEvA die Akkreditierung des weiterbildenden Master-Studiengangs CUR Executive Accounting & Controlling Program für die Dauer von fünf Jahren unter Berücksichtigung folgender Auflage:

- Die in § 4 der Prüfungsordnung vorgenommene Differenzierung zwischen Absolventinnen und Absolventen von Universitäten und Fachhochschulen steht in Widerspruch zu den Ländergemeinsamen Strukturvorgaben der KMK und muss entsprechend überarbeitet werden.

2.2 Weiterbildender Master-Studiengang Marketing Executive Program

2.2.1 Begründung für die Einrichtung des Studienprogramms

Die Begründung für die Einrichtung des weiterbildenden Master-Studiengangs Marketing Executive Program ist überzeugend dargestellt. Die inhaltliche Ausgestaltung des Studiengangs ist präzise beschrieben.

2.2.2 Qualifikationsziele

Das Marketing Executive Program ist ein berufsbegleitender Weiterbildungsmasterstudiengang, der wissenschaftlich ausgebildete Absolventen von Hochschulen nach einer mindestens dreijährigen Praxisphase befähigen soll, Fach- und Führungspositionen im Marketing und Vertrieb zu übernehmen. Das Studium soll insbesondere der Vorstellung und Vertiefung moderner betriebswirtschaftlicher Entwicklungen, -Konzepte und Methoden im Bereich des Marketings dienen. Hierbei wird angestrebt, dass die Studierenden praktische Fragestellungen auch aus ihrem eigenen Berufsalltag mit Hilfe marketingwissenschaftlicher Erkenntnisse und Methoden praxisorientiert lösen. Hierbei kommt der wertschöpfungsstufenübergreifenden Bearbeitung der Probleme eine besondere Bedeutung zu, da gerade Fragestellungen des Marketings und des Vertriebs in der Praxis viele Schnittstellen im Unternehmen betreffen. Darüber hinaus sollen die Studierenden des Programms in der Beherrschung von Schlüsselqualifikationen geschult werden, diese sind für zukünftige Führungskräfte des Marketings und des Vertriebs besonders essentiell. Nach Aussage der Programmverantwortlichen besteht ein zunehmender Bedarf an diesem kostenpflichtigen Weiterbildungsstudium.

2.2.3 Zugang und Zulassungsvoraussetzungen

Zugelassen werden Bewerber/innen, die an einer Hochschule im In- oder im Ausland einen ersten berufsqualifizierenden Abschluss erworben haben, und die über eine mindestens dreijährige Berufserfahrung verfügen, die wirtschaftswissenschaftliche Kenntnisse voraussetzt. Als ein erster berufsqualifizierender Abschluss werden anerkannt:

- Bachelor-Abschluss in einem wissenschaftlichen Studiengang an einer Universität mit nachgewiesenem Erwerb von mindestens 240 Leistungspunkten (z. B. in Wirtschafts- oder Sozialwissenschaften, Rechtswissenschaften, Naturwissenschaften, Ingenieurwissenschaften, Informatik, Wirtschaftsinformatik, Geisteswissenschaften).
- Diplom, Master, Magister oder ein gleichwertiger Abschluss in einem wissenschaftlichen Studiengang an einer Universität mit mindestens 240 Leistungspunkten.
- Master oder Diplom in einem wissenschaftlichen Studiengang an einer Fachhochschule mit mindestens 240 Leistungspunkten.

Die in § 4 der Prüfungsordnung vorgenommene Differenzierung zwischen Absolventinnen und Absolventen von Universitäten und Fachhochschulen steht in Widerspruch zu den Ländergemeinsamen Strukturvorgaben der KMK und muss entsprechend überarbeitet werden.

Zudem werden keinerlei Kriterien angeführt für die Studierendenauswahl bei einem Nachfrageüberhang. Die angeführten Qualitätsmerkmale sind nicht spezifiziert und lassen erheblichen Spielraum, der zu Lasten bestimmter Studierendengruppen (z. B. Absolventinnen und Absolventen der Fachhochschulen) führen könnte. Bei den Kriterien für die Auswahl der Studierenden sollten Basiskennnisse in der englischen Sprache zur Voraussetzung gemacht werden, da im Verlauf des Studiums internationale Konzernabschlüsse gelesen und internationale Standards und Bilanzen verstanden werden müssen.

2.2.4 Lehrpersonal

Die Lehrleistung wird im Wesentlichen von Prof. Dr. Dieter Ahlert, Prof. Dr. Dr. h. c. Klaus Backhaus, Prof. Dr. Christoph Burmann und Prof. Dr. Manfred Krafft erbracht. Zu

ausgewählten Themen werden renommierte Wissenschaftler, Manager und Unternehmensberater aus dem In- und Ausland als Gastdozenten hinzugezogen. Die Professoren der Universität Münster gewährleisten mit ihren Erfahrungen aus der Berufswelt den Praxisbezug des Studiums.

2.2.5 Art und Struktur des Studiums einschließlich Abschlussgrad, Verhältnis von Präsenz und Selbststudium

Entsprechend der Studienzielbeschreibung ist das Curriculum klar und zielgerichtet angelegt. Es wird von einer Regelstudienzeit von 18 Monaten ausgegangen. In dieser Zeit sind die vorgesehenen 60 Leistungspunkte zu erwerben. Das Studienprogramm soll im März 2007 starten, es ist eine jährliche Aufnahmekapazität von 25 Studierenden vorgesehen. Da sich der Studiengang an Berufstätige richtet, ist er als Teilzeitstudium angelegt und im Ablauf auf die Bedürfnisse dieser Zielgruppe abgestimmt. Die Veranstaltungen sind geblockt und finden jeweils an fünf aufeinander folgenden Tagen statt und finden in einem zeitlichen Abstand von zwei Monaten statt. Alle Module haben im Vergleich zu Vollzeitstudiengängen reduzierte Präsenzzeiten. Von der workload entfallen ca. zwei Drittel auf das Selbststudium und ein Drittel ist für Präsenzphasen und die Prüfungen vorgesehen. In den Modulbeschreibungen wird jeweils hervorgehoben, dass die Präsenzphasen interaktiv gestaltet werden sollen und hier auch schwerpunktmäßig die Bearbeitung von Fallstudien in Kleingruppen gepflegt werden soll, wodurch einerseits eine praxisorientierte und zugleich wissenschaftlich fundierte gemeinsame Erarbeitung von Lösungen angestrebt wird und andererseits Schlüsselqualifikationen geschult werden sollen. Zudem sind alle Module so konzipiert, dass die Studierenden den jeweiligen Stoff anhand von zur Verfügung gestellten Materialien selbst erarbeiten müssen.

2.2.6 Berufsqualifikation

Die angestrebte Berufsfeldorientierung ist klar und zielgerichtet auf zukünftige Führungskräfte im Marketing und Vertrieb fokussiert. Zur Zielgruppe gehören z.B. Naturwissenschaftler, Ingenieure, Techniker und Juristen, die vermehrt mit betriebswirtschaftlichen Aufgaben konfrontiert werden und höher qualifizierte Tätigkeiten ausüben möchten. Die hohe Heterogenität der Studierenden dürfte die Lehrenden in der Praxis vor nicht unerhebliche Herausforderungen stellen. Eventuell sollte man hier eine Einschränkung auf wissenschaftliche Studiengänge mit einem Mindestanteil von wirtschaftswissenschaftlichen Inhalten vornehmen.

2.2.7 Lehrmethoden und Prüfungsformen

Die erlernten Inhalte der Module werden in einem sich anschließenden Fallstudienseminar vertieft. In Kleingruppenarbeit erarbeiten die Studierenden Lösungen zu zwei vorgegebenen Fallstudien aus den vorher in den Modulen erarbeiteten Themenbereichen. Über die Materialien, die den Studierenden zur Verfügung gestellt werden sollen, kann keine Aussage getroffen werden, da diese nicht vorlagen. Darüber hinaus erhalten die Studierenden Zugang zu einer E-Learning-Plattform, die bei der vorherigen Begehung gezeigt worden ist. Damit wird auch eine zeit- und ortsunabhängige Kommunikation unter den Studierenden ermöglicht, die gerade bei den doch geringen Präsenzzeiten notwendig ist. Für die Vor- und Nachbereitung des Stoffes werden ausreichend lange Zeiträume vorgesehen. Durch das Kleingruppenkonzept und durch die Beschränkung in der Aufnahmekapazität ist eine individuelle Betreuung der Studierenden gewährleistet.

2.2.8 Studienverlauf und Modularisierung

Das Curriculum besteht ausschließlich aus Pflichtveranstaltungen und umfasst fünf Module (à fünf Leistungspunkte), einem Fallsstudienseminar (4 Leistungspunkte), einem Betriebspraktikum inkl. Projektarbeit (9 Leistungspunkte), einem Repetitorium inkl. einer mündlichen Abschlussprüfung (7 Leistungspunkte) sowie einer Masterarbeit (15 Leistungspunkte). Die Module umfassen die für die zukünftigen Führungsaufgaben im Marketing und Vertrieb wichtigen Themenbereiche Strategisches Marketing, Internationales Marketing, Marken- und Kommunikationsmanagement, Kundenmanagement und Direkt

Marketing sowie Management von Wertschöpfungskette und Marketingcontrolling. Die Themenschwerpunkte sind sowohl an den zukünftigen Bedürfnissen von Marketing- und Vertriebsmanagern orientiert und reflektieren zum anderen auch die Forschungsschwerpunkte der Lehrenden, so dass von einer wechselseitigen Befruchtung auszugehen ist. Die inhaltliche Schwerpunktsetzung ist zielorientiert. Hervorzuheben ist beim Modul Internationales Marketing-Management, dass dieses in Zusammenarbeit mit dem deutsch-chinesischen Institut der Tongji-Universität in Shanghai abgehalten wird und dort durchgeführt wird. Im Rahmen dieses Auslandsaufenthalts werden die immer wichtigeren kulturellen Besonderheiten nicht nur inhaltlich thematisiert, sondern auch erlebt.

Parallel zu den fünf Modulen und dem Fallstudienseminar müssen die Studierenden ein 1-monatiges Betriebspraktikum absolvieren. Hier wird davon ausgegangen, dass die Studierenden ein Problem aus ihrer beruflichen Praxis mit anwendungswissenschaftlichen Methoden lösen. Eine erste Abrundung erfährt das Curriculum durch ein Repetitorium, in dem die wesentlichen Inhalte aller Module noch einmal übergreifend aus dem Gesamtzusammenhang wiederholt und offene Fragen geklärt werden können. Das Repetitorium schließt mit einer mündlichen Prüfung. Final haben die Studierenden in ihrer Masterarbeit zu zeigen, dass sie in der Lage sind, selbständig relevante Problemstellungen aus dem Marketing oder dem Vertrieb wissenschaftlich fundiert aber praktisch umsetzbar zu lösen. Die Inhalte sowie das Curriculum sind vor dem Hintergrund der gesetzten Zielsetzung des Studiengangs angemessen und ausgewogen. Der Aufbau und der Ablauf des Studiums sind klar strukturiert und tragen dem Umstand Rechnung, dass es sich um einen Weiterbildungs-Masterstudiengang handelt, den die Studierenden in Teilzeit absolvieren. Kritisch anzumerken sind die fehlenden Modulbeschreibungen für das Fallstudienseminar, das Repetitorium sowie für das Betriebspraktikum. Zudem ist die Größe des Moduls Fallstudienseminar mit 4 Leistungspunkten nicht konform zu den Empfehlungen der ZEvA. Insgesamt ist die workloadberechnung gut nachvollziehbar. Für die Zukunft wäre es wünschenswert, wenn die workload auf eine empirische Basis gestellt wird und differenzierter nach Veranstaltungs-/Lernformen dargestellt wird.

Unglaublich erscheint vor dem Hintergrund einer fehlenden detaillierten inhaltlichen Ausgestaltung des Betriebspraktikums inkl. Projektberichts davon auszugehen, dass von insgesamt 283 Stunden workload 162 Stunden als Kontaktstunden anfallen. Diese 162 Stunden dürften i. d. R. von den Studierenden selbst gestaltete Stunden sein und dürften vorwiegend eher dem Selbststudium zugerechnet werden. Hier empfiehlt sich eine weitergehende inhaltliche und strukturelle Detaillierung. Zur Bewertung könnte zusätzlich zur Bewertung der Projektarbeit des Studierenden zusätzlich eine Bewertung des Studierenden durch den Betreuer vor Ort erfolgen. Insgesamt betrachtet ist das Curriculum inhaltlich ausgewogen und auf die Zielgruppe sowie das angestrebte Berufsbild abgestimmt. Allenfalls wäre es wünschenswert das Curriculum im Bereich Unternehmens-/Mitarbeiterführung zu stärken, da diese Kompetenzen essentiell für zukünftige Führungskräfte sind.

2.2.9 Abschließendes Votum

Die Gutachter empfehlen der Ständigen Akkreditierungskommission der ZEvA die Akkreditierung des weiterbildenden Master-Studiengangs Marketing Executive Program für die Dauer von fünf Jahren unter Berücksichtigung folgender Auflage:

- Die in § 4 der Prüfungsordnung vorgenommene Differenzierung zwischen Absolventinnen und Absolventen von Universitäten und Fachhochschulen steht in Widerspruch zu den Ländergemeinsamen Strukturvorgaben der KMK und muss entsprechend überarbeitet werden.