

Gutachterbericht

Hochschule:

Technische Universität Berlin

Master-Fernstudiengang:

Wissenschaftsmarketing

Abschlussgrad:

Master of Science (M.Sc.)

Kurzbeschreibung des Studienganges:

Ziel des Studienganges ist es, unter Berücksichtigung der unterschiedlichen Vorkenntnisse der Studierenden ein gemeinsames theoretisches und praxisorientiertes Wissen im Bereich Wissenschaftsmarketing zu vermitteln. Die Studierenden sollen die verschiedenen Anwendungsfelder von Wissenschaftsmarketing für wissenschaftliche Einrichtungen, Organisationen und Unternehmen kennen lernen und erfahren, wie sie dieses Wissen in der Vertretung und Vermittlung wissenschaftlicher Interessen wirkungsvoll einsetzen können.

Datum der Verfahrenseröffnung:

13. Mai 2009

Datum der Einreichung der Unterlagen:

04. August 2010

Datum der Begutachtung vor Ort (BvO):

23./24. November 2010

Akkreditierungsart:

Akkreditierung

Akkreditiert im Cluster mit:

Präsenzstudiengang „Wissenschaftsmarketing“ (M.Sc.)

Zuordnung des Studienganges:

weiterbildend

Studiendauer (Vollzeitäquivalent):

4 Semester (2 Semester)

Studienform:

Teilzeit

Profiltyp

anwendungsorientiert

Erstmaliger Start des Studienganges:

Wintersemester 2007/08

Aufnahmekapazität:

30

Start zum:

Wintersemester

Zügigkeit (geplante Anzahl der parallel laufenden Jahrgänge):

Einzügig

Studienanfängerzahl:

Ca. 20

Umfang der ECTS-Punkte des Studienganges:

60

Stunden (Workload) pro ECTS-Punkt:

30

Datum der Sitzung der FIBAA-Akkreditierungskommission:

10. März 2011

Beschluss:

Der Studiengang wird gemäß § 1 Abs. 2 i.V.m. § Abs. 4 i.V.m. § 2 Abs. 1 der „Entscheidungen der Akkreditierungsagenturen: Arten und Wirkungen“ i.d.F. vom 31. Oktober 2008 mit fünf Auflagen für fünf Jahre akkreditiert.

Akkreditierungszeitraum:

11. März 2011 bis Ende Sommersemester 2016

Auflagen:

1. Der Abschlussgrad und die im Studiengang vermittelten Inhalte sind in Einklang zu bringen (siehe Kapitel 1.1, Rechtsquelle: Abs. A6 der Ländergemeinsamen Strukturvorgaben gemäß § 9 Abs. 2 HRG für die Akkreditierung von Bachelor- und Masterstudiengängen i.d.F. vom 18. September 2009).
2. Die Zulassungsordnung ist hinsichtlich folgender Punkte neu zu formulieren:
 - Die Vervollständigung der Zulassungsordnung um die Eintrittsbarriere von 240 ECTS-Punkten und dem Bonuspunktesystem zur Einberechnung der Berufserfahrung
 - Überarbeitung der Bewertungskriterien zur Anerkennung der Berufserfahrung (siehe Kapitel 2, Rechtsquelle: Ländergemeinsame Strukturvorgaben gemäß § 9 Abs.2 HRG für die Akkreditierung von Bachelor- und Masterstudiengängen“ i.d.F. vom 18. September 2008).
3. Die Modulbeschreibungen sind hinsichtlich der folgenden Punkte zu überarbeiten:
 - Durchgängige outcome-orientierte Formulierung der Inhalte und Lernziele
 - Voraussetzungen für die Teilnahme
 - Dauer der einzelnen Module
 - Lehrform
 - Angaben über den Umfang der Prüfungsleistungen

- Häufigkeit des Angebots der einzelnen Module
- Angaben über die zu erwerbenden Punkte und den zu erbringenden Arbeitsaufwand
- Angaben über die Verwendbarkeit der Module
- Literaturempfehlungen

(siehe Kapitel 3.1, Rechtsquelle: Rahmenvorgaben für die Einführung von Leistungspunktsystemen und die Modularisierung von Studiengängen der Kultusministerkonferenz i.d.F. vom 22. Oktober 2004).

4. Die Anzahl der ECTS-Punkte für die Master-Arbeit ist gemäß den ländergemeinsamen Strukturvorgaben zu erhöhen (siehe Kapitel 3.1, Rechtsquelle: Abs. 1.4 der Ländergemeinsame Strukturvorgaben gemäß § 9 Abs. 2 HRG für die Akkreditierung von Bachelor- und Masterstudiengängen“ i.d.F. vom 18. September 2008).
5. Die Transparenz bei der Bildung der Endnote ist zu gewährleisten (siehe Kapitel 3.1, Rechtsquelle: Kriterium 7 der „Kriterien für die Akkreditierung von Studiengängen“ i.d.F. vom 29. Februar 2008).

Die Erfüllung der Auflagen ist bis zum 30. September 2011 nachzuweisen.

Empfehlungen:

Die Gutachter sehen Weiterentwicklungspotential für den Studiengang und empfehlen:

1. Bei der Definition der Zielsetzung des Studienganges und der Überprüfung der Zielerreichung sollte die TU Berlin Science Marketing strukturierte Untersuchungen zum Absolventenverbleib durchführen (siehe Kapitel 1.1.).
2. Internationale und interkulturelle Inhalte sollten im Studiengang stärkere Beachtung finden (siehe Kapitel 1.3).
3. Es sollten detaillierte Angaben über den Studienablauf sowie die Arbeitsbelastung gemacht werden (siehe Kapitel 2).
4. Die Transparenz von Zulassungsverfahren und -entscheidung sollte verbessert werden (siehe Kapitel 2).
5. Die Workload-Berechnung sollte harmonisiert werden (siehe Kapitel 3.1).
6. Die Gastvorträge sollten dokumentiert werden (siehe Kapitel 3.4).
7. Die interne Kooperation sollte systematischer durchgeführt werden (siehe Kapitel 4.1).
8. Externe Mitglieder sollten in den Beirat aufgenommen werden (siehe Kapitel 4.3).
9. Die Alumni-Ansprache sollte studiengangsspezifisch erfolgen (siehe Kapitel 4.6).
10. Die Qualitätssicherung sollte über die Evaluation hinaus um weitere Qualitätssicherungselemente erweitert werden (siehe Kapitel 5).

Betreuerin:

Dipl.-Volksw. Kristina Weng

Gutachter:

Prof. Dr. Heinrich Epskamp

Hamburger Universität für Wirtschaft und Politik (HWP), Forschungsschwerpunkte u.a.: Bildungs- und Wissenschaftsforschung, Vorsitzender des Instituts für Weiterbildung an der Fakultät Wirtschafts- und Sozialwissenschaften

Prof. Dr. Reinhard Hünerberg

Universität Kassel, Professor am Fachbereich Wirtschaftswissenschaften, Fachgebiet Marketing

Dr. Ingo Dahm

Deutsche Telekom AG, Senior Experte Bildungspolitik, Bonn

Dr. Burkhard Lehmann

Geschäftsführender Direktor Distance & International Studies Center (DISC), TU Kaiserslautern

Stefan Seidewitz

Studierender der Wirtschaftskommunikation, HTW Berlin

Zusammenfassung

Bei der Bewertung wurden die Selbstdokumentation, die Ergebnisse der Begutachtung vor Ort sowie die Stellungnahme der Hochschule vom 28. Februar 2011 berücksichtigt.

Der Master-Studiengang Wissenschaftsmarketing der TU Berlin erfüllt überwiegend die Qualitätsanforderungen für Master-Studiengänge. Er kann von der Foundation for International Business Administration Accreditation (FIBAA) unter Auflagen akkreditiert werden.

Der Studiengang ist ein weiterbildender Master-Studiengang. Er entspricht im Wesentlichen den Strukturvorgaben der Kultusministerkonferenz (KMK), den Anforderungen des Akkreditierungsrates sowie den Anforderungen des nationalen Qualifikationsrahmens und den landesspezifischen Strukturvorgaben in der zum Zeitpunkt der Verfahrenseröffnung geltenden Fassung. Er ist modular gegliedert, mit ECTS-Punkten versehen, hat ein „stärker anwendungsorientiertes“ Profil und schließt mit dem akademischen Grad „Master of Science“ ab. Der Grad wird von der Hochschule verliehen.

Handlungsbedarf sehen die Gutachter in der Art der Abschlussbezeichnung, in Zulassungsvoraussetzungen, -verfahren und -entscheidung, in den Modulbeschreibungen, in der Gewichtung der Master-Arbeit und in der Berechnung der Endnote. Daher empfehlen sie die Akkreditierung mit folgenden Auflagen:

1. Der Abschlussgrad und die im Studiengang vermittelten Inhalte sind in Einklang zu bringen (siehe Kapitel 1.1, Rechtsquelle: Abs. A6 der Ländergemeinsamen Strukturvorgaben gemäß § 9 Abs. 2 HRG für die Akkreditierung von Bachelor- und Masterstudiengängen i.d.F. vom 18. September 2009).
2. Die Zulassungsordnung ist hinsichtlich folgender Punkte neu zu formulieren:
 - a. Die Vervollständigung der Zulassungsordnung um die Eintrittsbarriere von 240 ECTS-Punkten und dem Bonuspunktesystem zur Einberechnung der Berufserfahrung
 - b. Überarbeitung der Bewertungskriterien zur Anerkennung der Berufserfahrung (siehe Kapitel 2, Rechtsquelle: Ländergemeinsame Strukturvorgaben gemäß § 9 Abs.2 HRG für die Akkreditierung von Bachelor- und Masterstudiengängen“ i.d.F. vom 18. September 2008).
3. Die Modulbeschreibungen sind hinsichtlich der folgenden Punkte zu überarbeiten:
 - Durchgängige outcome-orientierte Formulierung der Inhalte und Lernziele
 - Voraussetzungen für die Teilnahme
 - Dauer der einzelnen Module
 - Art der Lehrform
 - Angaben über den Umfang der Prüfungsleistungen
 - Häufigkeit des Angebots der einzelnen Module
 - Angaben über die zu erwerbenden Punkte und den zu erbringenden Arbeitsaufwand
 - Angaben über die Verwendbarkeit der Module
 - Literaturempfehlungen(siehe Kapitel 3.1, Rechtsquelle: Rahmenvorgaben für die Einführung von Leistungspunktsystemen und die Modularisierung von Studiengängen der Kultusministerkonferenz i.d.F. vom 22. Oktober 2004).
4. Die Anzahl der ECTS-Punkte für die Master-Arbeit ist gemäß den ländergemeinsamen Strukturvorgaben zu erhöhen (siehe Kapitel 3.1, Rechtsquelle: Abs. 1.4 der Ländergemeinsamen Strukturvorgaben gemäß § 9 Abs. 2 HRG für die Akkreditierung von Bachelor- und Masterstudiengängen“ i.d.F. vom 18. September 2008).
5. Die Transparenz bei der Bildung der Endnote ist zu gewährleisten (siehe Kapitel 3.1, Rechtsquelle: Kriterium 7 der „Kriterien für die Akkreditierung von Studiengängen“ i.d.F. vom 29. Februar 2008).

Die Erfüllung der Auflagen ist bis zum 30. September 2011 nachzuweisen.

Die Gutachter sind der Ansicht, dass die aufgezeigten Mängel unwesentlicher Art sind und dass zu erwarten ist, dass die Hochschule die zu beauftragenden Mängel in einer Frist von höchstens neun Monaten behebt, weshalb sie eine Akkreditierung unter Auflagen empfehlen (vgl. § 1 Abs. 4 der „Entscheidungen der Akkreditierungsagenturen: Arten und Wirkungen“ i.d.F. vom 31. Oktober 2008). Die weiteren bemängelten Qualitätsanforderungen sind keine verbindlichen Kriterien zur Vergabe des Gütesiegels des Akkreditierungsrates gemäß den „Kriterien für die Anwendung von Studiengängen“ (Beschluss des Akkreditierungsrates vom 17. Juli 2006 i.d.F. vom 29. Februar 2008), so dass von weiteren Auflagen abzusehen ist und die Umsetzung der getroffenen Maßnahmen zur Behebung dieser Mängel im Rahmen einer allfälligen Re-Akkreditierung gemäß den „Allgemeinen Regeln zur Durchführung von Verfahren zur Akkreditierung und Re-Akkreditierung von Studiengängen“ (Beschluss des Akkreditierungsrates vom 08. Oktober 2007 i.d.F. vom 29. Februar 2008) zu prüfen ist.

Anmerkung: Die Gutachter haben im Rahmen der Akkreditierung einen Widerspruch zwischen Abs. A 4.3 der „Ländergemeinsamen Strukturvorgaben gemäß § 9 Abs.2 HRG für die Akkreditierung von Bachelor- und Masterstudiengängen“ i.d.F. vom 18. September 2008 und § 10. Abs. 5 des Berliner Hochschulgesetzes i. d. ab 1. April 2009 geltenden Fassung festgestellt. Laut der erstgenannten Quelle setzen weiterbildende Master-Studiengänge nach einem qualifizierten Hochschulabschluss qualifizierte berufspraktische Erfahrung von i.d.R. nicht unter einem Jahr voraus. Im Berliner Hochschulgesetz heißt es an genannter Stelle, dass die Zugangsvoraussetzung für Master-Studiengänge der berufsqualifizierende Abschluss eines Hochschulstudiums ist. Darüber hinausgehende Eignungs- und Qualifikationsvoraussetzungen dürfen nur für konsekutive Master-Studiengänge gefordert werden. Die TU Berlin fordert infolgedessen mittlerweile keinerlei Berufserfahrung im Rahmen des Zulassungsverfahrens. Nach § 4 Abs. 3 der „Entscheidungen der Akkreditierungsagenturen: Arten und Wirkungen“ i.d.F. vom 31. Oktober 2008 i. V. m. Abs. 1 des Beschlusses: Regelung eines Verfahrens bei Widerspruch zwischen ländergemeinsamen und landesspezifischen Strukturvorgaben für Bachelor und Masterstudiengänge besteht die Pflicht zur Aussetzung des Akkreditierungsverfahrens durch die Akkreditierungsagentur nach Anhörung der Hochschule, wenn die Akkreditierungsagentur der Auffassung ist, dass sich ländergemeinsame und landesspezifische Strukturvorgaben oder gesetzliche Regelungen widersprechen. Die Agentur hat infolgedessen mit Schreiben vom 14. Januar 2011 den Akkreditierungsrat über diesen Widerspruch unterrichtet, um eine verbindliche Mitteilung der Rechtslage zu ersuchen. Nach Beschluss des Akkreditierungsrates vom 16. Februar 2011 wurde die Vorgabe des Berliner Hochschulgesetzes für alle Agenturen für verbindlich erklärt; infolgedessen wurde die vorgesehene Auflagenempfehlung der Gutachter ersatzlos gestrichen.

Darüber hinaus stellen die Gutachter folgende Schwächen fest und geben entsprechende Empfehlungen ab:

1. Bei der Definition der Zielsetzung des Studienganges und der Überprüfung der Zielerreichung sollte die TU Berlin Science Marketing strukturierte Untersuchungen zum Absolventenverbleib durchführen (siehe Kapitel 1.1).
2. Internationale und interkulturelle Inhalte sollten im Studiengang stärkere Beachtung finden (siehe Kapitel 1.3).
3. Es sollten detaillierte Angaben über den Studienablauf sowie die Arbeitsbelastung gemacht werden (siehe Kapitel 2).
4. Die Transparenz von Zulassungsverfahren und -entscheidung sollte verbessert werden (siehe Kapitel 2).
5. Die Workload-Berechnung sollte harmonisiert werden (siehe Kapitel 3.1).
6. Die Gastvorträge sollten dokumentiert werden (siehe Kapitel 3.4).
7. Die interne Kooperation sollte systematischer durchgeführt werden (siehe Kapitel 4.1).
8. Externe Mitglieder sollten in den Beirat aufgenommen werden (siehe Kapitel 4.3).
9. Die Alumni-Ansprache sollte studiengangsspezifisch erfolgen (siehe Kapitel 4.6).

10. Die Qualitätssicherung sollte über die Evaluation hinaus um weitere Qualitätssicherungselemente erweitert werden (siehe Kapitel 5).

Es gibt aber auch sechs Kriterien, welche die Qualitätsanforderungen übertreffen. Dabei handelt es sich um die Kooperation mit Hochschulen und anderen wissenschaftlichen Einrichtungen bzw. Netzwerken (Kapitel 1.4), die Integration von Theorie und Praxis (Kapitel 3.2), den Kompetenzerwerb für anwendungsorientierte Aufgaben (Kapitel 3.3), Kommunikationsfähigkeit und Rhetorik (Kapitel 3.3), Berufsbefähigung (Kapitel 3.5) sowie Praxiskenntnisse des Lehrpersonals (Kapitel 4.2).

Zur Gesamtbewertung siehe das Qualitätsprofil im Anhang.

Informationen zur Institution

Die Geschichte der Technischen Universität Berlin reicht bis in die Zeit König Friedrichs II. zurück. Ihr gehen die 1770 gegründete Bergakademie und die 1879 entstandene Königlich Technische Hochschule voraus. Am 9. April 1946 wurde die Technische Universität neu eröffnet, nachdem ein Jahr zuvor die Technische Hochschule geschlossen wurde. Als erste technische Hochschule Deutschlands bekam sie den Namen „Technische Universität“. Zugleich wurde der Lehrauftrag neu bestimmt: Im Mittelpunkt stand eine universale Bildung. Es folgte die Gründung der Humanistischen Fakultät, die Integration von Teilen der Pädagogischen Hochschule in die TU Berlin und eine fachliche Umstrukturierung. Die 22 Fachbereiche wurden im Jahr 1993 auf 15 Fachbereiche reduziert, diese wiederum im April 2001 zu acht Fakultäten zusammengefasst. Mittlerweile zählt die Universität sieben Fakultäten.

Im November 2010 verzeichnet die TU Berlin insgesamt 29.510 Studierende. Überdies beschäftigt die Universität zu diesem Zeitpunkt insgesamt 320 Professorinnen und Professoren, 2.364 wissenschaftliche Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie 2.038 Personen in der Verwaltung, in den Werkstätten und in den Zentraleinrichtungen. Die Fakultäten setzen sich zusammen aus den Geisteswissenschaften (I), Mathematik und Naturwissenschaften (II), Prozesswissenschaften (III), Elektrotechnik und Informatik (IV), Verkehrs- und Maschinensysteme (V), Planen Bauen Umwelt (VI), Wirtschaft und Management (VII).

Seit 2005 hat die letztgenannte Fakultät, Wirtschaft und Management (VII), in Zusammenarbeit mit der TU Berlin Servicegesellschaft den Weiterbildungsstudiengang „Wissenschaftsmanagement“ etabliert. Am 25. Oktober 2010 wurde die TU Berlin Servicegesellschaft im Rahmen eines Symposiums zur TU Berlin Science Marketing unbenannt. Nachfolgend wird durchgehend die neue Bezeichnung des Instituts gebraucht. Das berufsbegleitende Studienangebot mit dem Abschlussgrad "Master of Science" startete zunächst als berufsbegleitender Präsenzstudiengang (Abendstudiengang). Seit Oktober 2007 besteht die Möglichkeit, den Studiengang parallel auch als Fernstudiengang zu absolvieren. Das Curriculum der Formate ist identisch.

Die TU Berlin Science Marketing wurde im Jahr 2000 als Tochter der Technischen Universität Berlin gegründet. Das Ziel der Agentur ist es, Forschungspotenzial in den Markt zu bringen, Forschungsergebnisse an unterschiedliche Zielgruppen zu vermitteln, Wissenschaft über die Landesgrenzen hinaus zu unterstützen und durch geeignete Veranstaltungsformen zu begleiten. Die Projekte der TU Berlin Science Marketing umfassen die Konzeption von Messen im In- und Ausland, die Organisation von Kongressen und Fachtagungen, Wissenschafts-Shows sowie Podien und Pressekonferenzen. Aufgrund der jahrelangen Erfahrung wird die 100%ige Tochter der TU Berlin für Gutachten, Machbarkeitsstudien und Trendabschätzungen als Consultant hinzugezogen. Das Weiterbildungsangebot der TU Berlin Science Marketing konzentriert sich auf die Themen Wissenschaftsmarketing und Wissenschaftsmanagement. Neben dem angeführten Studiengang bietet die Institution in Kooperation mit

Darstellung und Bewertung im Einzelnen

1 Strategie und Ziele

1.1 Zielsetzungen des Studienganges

Der weiterbildende Studiengang Wissenschaftsmarketing macht es sich zur Aufgabe, die Managementkompetenz und die kommunikativen Fähigkeiten künftiger Führungskräfte in Universitäten und wissenschaftlichen Einrichtungen auf eine professionelle Grundlage zu stellen. Das Studienziel ist es, die Studierenden zu befähigen, die Herausforderungen annehmen und bewältigen zu können, die durch den zunehmenden Wettbewerb der wissenschaftlichen Einrichtungen gestellt werden. Die intensive Praxisausrichtung des Curriculums soll sich in der Herkunft und in den Erwartungshaltungen der Teilnehmer und auch der Dozenten widerspiegeln – sie kommen aus Hochschulen, wissenschaftlichen Einrichtungen oder forschungsintensiven Unternehmen. Konstitutiv für das Verhältnis ist die enge Beziehung zur Wirtschaft wie zur Wissenschaft.

Der Studiengang soll die berufliche Perspektive der Studierenden erweitern und die Möglichkeit neuer beruflicher Herausforderungen eröffnen oder die Möglichkeit bieten, im aktuellen Arbeitsumfeld anspruchsvollere und besser dotierte Tätigkeiten zu übernehmen. Er ist nach eigenen Angaben gekennzeichnet durch einen hohen Praxisbezug der Studieninhalte mit dem Ziel, vorhandenes und im Studium erworbenes Wissen auf bekannte und neu entstandene Probleme (in der Berufspraxis) anzuwenden. Die Studierenden sollen nach dem Studium über solide Grundkenntnisse der Wissenschaftslandschaft und ihrer Förderstrukturen verfügen und eine sehr anwendungsorientierte Bandbreite an Querschnittsqualifikationen und wissenschaftsadäquates Wirtschaftswissen beherrschen. Sie sollen in die Lage versetzt werden, effektive Kommunikation für wissenschaftliche Einrichtungen, Organisationen und Unternehmen zu betreiben und sich wirkungsvoll für die Interessensvertretung wissenschaftsrelevanter Themen einsetzen können. In Bezug auf die Ziele des vorliegenden Studienganges räumt die Hochschule nach eigenen Angaben dem Erwerb von Soft Skills und einer damit verbundenen Befähigung zur bürgerschaftlichen Teilhabe einen hohen Stellenwert ein.

Die angestrebten Qualifikations- und Kompetenzziele sollen in acht Modulen erlangt werden. Um diese Ziele zu erreichen, lehren in hohem Maß Dozenten und Lehrkräfte mit starkem Praxisbezug. In einem Großteil der Module werden die Qualifikationsziele Wissensvertiefung, Anwendungskompetenz, Wissenserschließung und Urteilsvermögen trainiert. Kommunikative Kompetenzen werden über alle Module hinweg gestärkt. Die Modulabschlussarbeiten und die Master-Arbeitsthemen beziehen sich auf praktische Probleme im Wissenschaftsbetrieb und sind regelhaft an Projekte gebunden, die konkret von kooperierenden Auftraggebern aus dem Berufsumfeld gestellt sind und gemeinsam von den Moduldozenten und Auftraggebern aus den Bereichen von Technologie- und Wissenstransfer, Praxissemester, F&E-Projekten, Gutachter- und Beratungstätigkeit betreut werden. Die Schulung von Soft Skills erfolgt nach Ausführungen der Studiengangsleitung durch Workshops erfahrener Personalleiter, Moderationstrainings und Präsentationen, die in einem Team von Studierenden erarbeitet werden sollen. Für den Abschluss des Studienganges wird laut der Studien- und Prüfungsordnung die Bezeichnung »Master of Science« gewählt. In der Selbstdokumentation zur Akkreditierung wie auch laut den Gesprächen vor Ort gibt die TU Berlin Science Marketing den »Master of Science Communications and Marketing« als Abschlussbezeichnung vor

Bewertung:

Die Zielsetzung des Studiengangskonzeptes ist nach Ansicht der Gutachter schlüssig und wird mit Bezug auf das angestrebte, wenn auch heterogene Berufsfeld mit Stabstellenniveau, stimmig dargelegt. Sowohl die Zielsetzung als auch das Studiengangskonzept berücksichtigen dabei die Rahmenanforderungen „Wissenschaftliche Befähigung“ und insbesondere „Berufsbefähigung“, da der Studiengang Berufstätige mit dem Ziel adressiert, ihre Qualifikationen im gegebenen Umfeld nachhaltig zu steigern. Auch sind die Gutachter zu der Überzeugung gelangt, dass das Studium die Befähigung zur bürgerschaftlichen Teilhabe fördert und zur Entwicklung der Persönlichkeit beiträgt. In diesem Zusammenhang begrüßen die Gutachter die besondere Betonung der Soft Skills.

In der Beschreibung des Studienganges ist die Zielsetzung des Studiengangskonzeptes verständlich dargestellt. Die Gutachter haben festgestellt, dass die Zielsetzung des Studiengangskonzeptes dem Qualifikationsziel entspricht. Das Studiengangskonzept orientiert sich dabei an wissenschaftsadäquaten fachlichen und überfachlichen Zielen, die dem angestrebten Abschlussniveau adäquat sind.

Die Abschlussbezeichnung „Master of Science“ entspricht nach Ansicht der Gutachter nicht der inhaltlichen Ausrichtung und den nationalen Vorgaben. Die Wahl der Abschlussbezeichnung zeigt sich in den Augen der Gutachter mehrfach problematisch. Gemäß Absatz 6 der „Ländergemeinsamen Strukturvorgaben für die Akkreditierung von Bachelor- und Masterstudiengängen“ i.d.F. vom 18. September 2008 richtet sich die Abschlussbezeichnung bei den Wirtschaftswissenschaften nach der inhaltlichen Ausrichtung des Studienganges. Mit dem Abschlussgrad „Master of Science“ sollte der Studiengang über signifikante formalwissenschaftliche Anteile verfügen. Die Gutachter haben indessen im Curriculum keine hinreichenden Inhalte gefunden, die den Abschlussgrad „Master of Science“ rechtfertigen können. Überdies erfolgt die Angabe der Abschlussbezeichnung nicht einheitlich. Den Angaben der Studien- und Prüfungsordnung zufolge wird der akademische Grad des „Master of Science“ verliehen, während nach Angaben der Studiengangsleitung „Master of Science Communications and Marketing“ als Abschlussbezeichnung gewählt wurde und zurzeit vergeben wird. Dieser Abschlussgrad „Master of Science Communications and Marketing“ widerspricht den o.g. Strukturvorgaben, nach denen fachliche Zusätze zur Abschlussbezeichnung ausgeschlossen sind. Um die Akzeptanz auf dem Arbeitsmarkt und in der internationalen Zusammenarbeit zu gewährleisten, ist es erforderlich, Transparenz und Übersichtlichkeit durch eine möglichst geringe Anzahl unterschiedlicher Abschlussbezeichnungen sicherzustellen. Die Gutachter empfehlen hinsichtlich der Abschlussbezeichnung eine Auflage zur Angleichung von Abschlussgrad und curricularen Inhalten. Gleichwohl möchten die Gutachter betonen, dass es sich um eine formelle Auflage handelt, welche die Studierbarkeit der Studierenden weder einschränkt noch in der jetzigen Form zu erheblichen Nachteilen der Studierenden führt.

Die Gutachter stimmen der Zuordnung des Studienganges zu einem anwendungsorientierten Format zu. Neben der Vermittlung berufsfeldspezifischen Wissens wird anhand von Fallstudien und Projektarbeiten sowie praxisbezogenen Master-Arbeiten ein hoher Anwendungsbezug hergestellt. Zudem wird die Lehre im Wesentlichen von Lehrenden getragen, die neben ihrer wissenschaftlichen Qualifikation über einschlägige praktische Erfahrung verfügen. Auch konnten sich die Gutachter davon überzeugen, dass das Studiengangskonzept und die angestrebten Qualifikations- und Kompetenzziele aufeinander abgestimmt sind und den Erfordernissen der Dublin Descriptors Rechnung tragen.

Allerdings bemängeln die Gutachter, dass keine standardisierten Befragungen und Gesamtübersichten über den Absolventenverbleib durchgeführt werden. Während der Begutachtung vor Ort wurde deutlich, dass die Studiengangsleitung zwar über informelle Kontakte zu zahlreichen Alumni verfügt. Jedoch sehen die Gutachter eine solche strukturierte Erhebung inso-

fern als nützlich an, als dass Erkenntnisse über die Berufsbefähigung und letztlich über den Grad der Zielerreichung des Studienganges gewonnen werden können (vgl. Kapitel 1.2).

		Exzellent	Qualitäts- anforderung übertroffen	Qualitäts- anforderung erfüllt	Qualitäts- anforderung nicht erfüllt	n.b. ¹ n.r. ³
1.	Ziele und Strategie					
1.1.	Zielsetzungen des Studienganges			x		
1.1.1*	Logik und Nachvollziehbarkeit der Zielsetzung des Studiengangskonzeptes			x		
1.1.2	Begründung der Abschlussbezeichnung			Auflage		
1.1.3	Studiengangsprofil (nur relevant für Master-Studiengang in D)			x		
1.1.4*	Studiengang und angestrebte Qualifikations- und Kompetenzziele			x		

1.2 Positionierung des Studienganges

Nach einer Ausschreibung des Modelstudienganges »Hochschul- und Wissenschaftsmanagement« durch den Stifterverband im Jahre 2002 folgten bundesweit sechs weitere Bildungsinstitutionen – namentlich die Fachhochschule Osnabrück, die Universität Oldenburg, das Zentrum für Wissenschaftsmanagement in Speyer (ZWM), die Donau Universität Krems, und die Universität Kassel – mit der Einführung von Studiengängen zum Thema Wissenschafts- bzw. Bildungsmanagement bzw. zur Qualifizierung von Hochschulprofessionen. Ferner bieten die Fachhochschule Münster mit dem Forschungsschwerpunkt „Science Marketing“, die Universität Hamburg mit einem „Master of Higher Education“ sowie die Universität Saarland mit dem postgradualen Studiengang „Master of Evaluation“ themenverwandte Angebote an.

Wissenschaftsmanagement und -marketing sind nach Ausführung der TU Berlin Treiber einer Entwicklung, die allgemein die Hinwendung wissenschaftlicher Einrichtungen in ihrem Managementkern zu unternehmensähnlichen Strukturen verstärkten und die konkret einen relevanten Beitrag zur Professionalisierung der handelnden Personen leisteten. Gemeinsam mit den oben genannten Angeboten trägt der Master-Studiengang laut der Studiengangsleitung dazu bei, das Berufsfeld des Hochschulmanagers und des „Hochschulmarketers“ im Bildungsmarkt zu etablieren. Mit der Fokussierung auf das Wissenschaftsmarketing sei in einem prosperierenden Umfeld neuer Qualifikationsvermittlung ein bislang einzigartiges Angebot etabliert worden.

Der vorliegende Studiengang ist der erste Fernstudiengang der TU Berlin. Mit der Einrichtung eines weiterbildenden Master-Studienganges wird nach Angaben der TU Berlin Science Marketing GmbH im strategischen Konzept der TU Berlin die Absicht verfolgt, neues Zielgruppenpublikum zu binden. Gleichzeitig soll die Marktposition der TU Berlin überregional und möglichst international ausgebaut werden, wobei sich der Studiengang zunächst auf das deutschsprachige Ausland orientiert. Durch andere Weiterbildungsangebote an der TU Berlin kann diese Positionierung zusätzlich gestärkt werden und schließlich gilt es, das Spektrum an Lehrangeboten fakultätsübergreifend zu erweitern. Auf der Ebene der Hochschulleitung soll die Variante des GmbH-Modells in Kooperation mit einer Fakultät neue Erfahrungen in der Erprobung von Gestaltungsmöglichkeiten künftiger Weiterbildungskonzepte bringen.

Die Praxisausrichtung des Curriculums wie auch die der Teilnehmer und Dozenten belegen durchgängig die Nähe zur Wirtschaft wie zur Wissenschaft: Die Kernzielgruppe der Studierenden kommt aus Hochschulen, wissenschaftlichen Einrichtungen oder Firmen. Sie sind wissenschaftliche Mitarbeiter aus Fraunhofer- oder Max-Planck-Instituten, Leiter von For-

schungsprojekten, Koordinatoren von Kompetenzzentren, Geschäftsführer von Start-Ups oder Biotechnologie-Unternehmen. Die Dozenten der Studiengänge kommen zu annähernd gleichen Teilen aus der Hochschullandschaft bzw. Forschungseinrichtungen wie auch aus der Agentur- und Unternehmenspraxis bzw. der Medienlandschaft. Neben der Beteiligung von Hochschullehrern der TU Berlin (Innovationsmanagement, Projektmanagement, Marketing) zählen explizit Pressesprecher aus Forschungsinstituten, wissensbasierten Unternehmen der Industrie, Autoren, Geschäftsführer von Start-Ups und Forschungsinstituten, Fachleute aus der Wissenschaftsverwaltung (Senat, BMBF, Hochschulen) und wissenschaftspolitische Akteure (HRK, DFG, GWK...) zu den Dozenten.

Bewertung:

Die Gutachter begrüßen das mit diesem Studiengang verfolgte Vorhaben der Hochschule und sehen es nachvollziehbar im Bildungsmarkt positioniert. Entsprechendes gilt für die Positionierung am Arbeitsmarkt: Die kontinuierliche Sicherung der Beschäftigungsfähigkeit lässt den konkreten Bedarf an Weiterbildungsangeboten erkennen. Hinzu kommt, dass die Studierenden bereits während ihres Studiums im Arbeitsmarkt integriert sind und mit den durch das Studium erworbenen zusätzlichen Kompetenzen und Qualifikationen ihre Chancen zu einem beruflichen Aufstieg sicherlich verbessern werden. Im Gespräch mit den Studierenden und Absolventen konnten sich die Gutachter davon überzeugen, dass die im Studium erlernten Kompetenzen als tägliches Werkzeug in der Praxis genutzt werden, beispielsweise bei der Vorbereitung von Vorträgen.

Wenngleich die Studiengangsleitung Angaben über die hohe Nachfrage ihrer Absolventen in der Berufspraxis machen konnte, so fehlt dennoch eine eingehende Berufsfeldanalyse über den konkreten Verbleib ihrer Absolventen, besonders in Anbetracht der heterogenen Zielgruppe des Studienganges (vgl. Kapitel 1.1).

Die Einbindung des Studienganges in das strategische Konzept der Hochschule ist nach dem Urteil der Gutachter schlüssig beschrieben und besonders im Hinblick auf die starke Praxisausrichtung in Kooperation mit der Wirtschaft nachvollziehbar begründet. Indem die Studierenden mitunter Aufgabenstellungen bearbeiten, welche die strategische und konzeptionelle Weiterentwicklung der TU Berlin thematisieren, werden sie mit dem strategischen Konzept der Hochschule nicht nur direkt konfrontiert, sondern auch daran beteiligt. Darüber hinaus knüpft der vorliegende Fernstudiengang an den Erfolg des im selben Cluster begutachteten inhaltsgleichen Präsenzstudienganges an.

		Exzellent	Qualitätsanforderung übertroffen	Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	n.b. ¹ n.r. ³
1.2	Positionierung des Studienganges			x		
1.2.1	Positionierung im Bildungsmarkt			x		
1.2.2	Positionierung im Arbeitsmarkt im Hinblick auf Beschäftigungsrelevanz („Employability“)			x		
1.2.3	Positionierung im strategischen Konzept der Hochschule			x		

1.3 Internationale Dimension des Studienganges

Die Marktposition der TU Berlin soll nach Angaben der Studiengangsleitung überregional etabliert werden, wobei sich der Studiengang überwiegend auf das deutschsprachige Ausland orientiert. Damit verfolgt die TU Berlin Science Marketing mit dem vorliegenden Studiengang keine explizit internationale Ausrichtung.

Von Internationalisierung geprägte Inhalte werden durch zwei Lehrende vermittelt. Ergänzend stellen nach Angaben der Hochschule international agierende Einrichtungen ihre Tätigkeiten vor. Daneben kommen einige Dozenten, die im Ausland promoviert oder Forschungsprojekte begleitet oder durchgeführt haben, in der Lehre zum Einsatz. Der Anteil der internationalen Studierenden liegt laut Studiengangsleitung bei durchschnittlich 2 (bei ca. 20) Teilnehmern pro Jahrgang und damit bei 10%.

Durch den Einbezug von Institutionen wie DAAD, DFG, Stiftungsverband für die Deutsche Wissenschaft, Max Planck Gesellschaft, Leibniz Gesellschaft und Fraunhofer Gesellschaft werden die Studierenden mit neuen Aufgabenfeldern und Anforderungen im sich entwickelnden internationalen Kontext konfrontiert und mit den Strategien und Instrumenten internationaler Forschung vertraut gemacht. In den Diskussionsforen besteht die Möglichkeit, Themen über die Länder- und Sprachgrenzen hinweg zu verfolgen und zu kommentieren. In einigen Modulen, beispielsweise in den Modulen drei und sieben, werden englische Quelltexte eingesetzt. Im Modul vier wird das Verständnis der Gepflogenheiten im Umgang mit international agierenden Projekten vermittelt. Der Anteil an englischsprachigen Lehrmaterialien liegt nach Aussagen der Studiengangsleitung insgesamt bei 15-20%. Es besteht für die Studierenden überdies die Möglichkeit, ihre Abschlussarbeit in englischer Sprache zu verfassen.

Bewertung:

Zwar weist der Studiengang – wie fast jeder wissenschaftlich fundierte Studiengang – internationale Inhalte auf, jedoch ist seine Zielsetzung und Strategie weder explizit auf Internationalität in Lehre und Studium noch auf die „Employability“ der Absolventen ausgerichtet. Eine explizit internationale Ausrichtung des vorliegenden Studienganges ist nach Ansicht der Gutachter nicht relevant. Dennoch sollte die Auseinandersetzung mit kultureller Heterogenität, Vielfalt und Differenz zum selbstverständlichen Repertoire eines Studienganges im Bereich Wissenschaftsmanagement und -marketing gehören. Dies gilt insbesondere dann, wenn der Studiengang, wie von der Hochschule vorgegeben, international agierende Wissenschaftler ausbilden soll. Insgesamt werden nach der Prüfung der Gutachter internationale und interkulturelle Inhalte nur unzureichend vermittelt. Entsprechend lässt sich für den Fremdsprachenanteil formulieren, dass dieser mit einem bisherigen Anteil von ca. einem Fünftel von den Gutachtern als zu gering eingestuft wird. Daher empfehlen die Gutachter, den Studiengang verstärkt international auszurichten. Konkret umfasst dies einen höher frequentierten Einsatz internationaler und interkultureller Inhalte unter der Berücksichtigung von Wissenschaftssystemen anderer Länder, eine verstärkte Rekrutierung internationaler Studierender, intensivere Kooperation mit wissenschaftlichen und praxisnahen Einrichtungen aus dem Ausland (internationale Forschungslandschaft und -organisationen) und eine systematische Prüfung der englischen Sprachkenntnisse der Studierenden. Des Weiteren wäre ein gesteigerter Fremdsprachenanteil aus dem Blick der Gutachter wünschenswert.

Aus den vorgelegten Lebensläufen der Lehrenden geht hervor, dass ein Teil der Lehrenden internationale Erfahrung in Beruf und/oder akademischer Tätigkeit mitbringt. Die Zusammensetzung entspricht den Anforderungen des Studienganges.

		Exzellent	Qualitäts- anforderung übertroffen	Qualitäts- anforderung erfüllt	Qualitäts- anforderung nicht erfüllt	n.b. ¹ n.r. ³
1.3	Internationale Ausrichtung				x	
1.3.1	Internationale Ausrichtung der Studiengangskonzeption					n.r.
1.3.2	Internationalität der Studierenden				x	
1.3.3	Internationalität der Lehrenden			x		
1.3.4	Internationale Inhalte				x	
1.3.5	Interkulturelle Inhalte				x	
1.3.6	Strukturelle und/oder Indikatoren für Internationalität				x	
1.3.7	Fremdsprachenkompetenz				x	

1.4 Kooperationen und Partnerschaften

Die Kooperation mit anderen Hochschulen, außeruniversitären Forschungseinrichtungen, Ressortforschungseinrichtungen sowie Interessenverbänden der Wissenschaft sind laut der TU Berlin integrativer Bestandteil des Curriculums. Studierende erhielten zum einen konkrete Aufgabenstellungen durch die Kooperationspartner, zum anderen rekrutiere sich ein relevanter Teil der Dozentenschaft aus dem Netzwerk der Kooperationspartner.

Die Studiengangsleitung führte aus, dass einige dieser Kooperationen in gemeinsam organisierten Workshops und Symposien oder in Buchveröffentlichungen mündeten. Die Hochschule gab ferner an, dass etliche der Kooperationspartner und Briefinggeber für Modulabschluss- und Master-Arbeiten Wirtschaftsunternehmen sind. Die Kooperationsprojekte seien jedoch nicht in Verträgen festgehalten.

Im medialen Bereich kooperiere der Studiengang mit Pressestellen der universitären und außeruniversitären Forschungseinrichtungen wie der Leibnitz Gesellschaft, der Helmholtz-Gesellschaft und der Max-Planck-Gesellschaft.

Bewertung:

Die Gutachter zeigten sich äußerst beeindruckt von den lebhaften Kooperationen zwischen der Hochschule und anderen wissenschaftlichen Einrichtungen bzw. Netzwerken. Sie würdigten in diesem Zusammenhang den konsequenten Einsatz der Dozenten aus der Berufspraxis in allen Modulen. Die Netzwerke werden erfreulicherweise auch dahingehend genutzt, um Studierende für den Studiengang zu rekrutieren. Auf diese Weise findet ein reger und vorbildlicher Austausch statt, der zu konkreten Ergebnissen führt. Dennoch erachten es die Gutachter als wünschenswert – auch im Hinblick auf die Zielgruppe des Studienganges – Unternehmen, die Hochschulk Kooperationen betreiben, sowie Partner aus der Industrie und internationale Partner zu integrieren.

Die Gutachter konnten überdies feststellen, dass Kooperationen mit Wirtschaftsunternehmen und anderen Organisationen mit Auswirkungen auf den Studiengang aktiv betrieben werden.

		Exzellent	Qualitäts- anforderung übertroffen	Qualitäts- anforderung erfüllt	Qualitäts- anforderung nicht erfüllt	n.b. ¹ n.r. ³
1.4	Kooperationen und Partnerschaften			x		
1.4.1	Kooperationen mit Hochschulen und anderen wissenschaftlichen Einrich- tungen bzw. Netzwerken		x			
1.4.2	Kooperationen mit Wirtschaftsunter- nehmen und anderen Organisationen			x		

1.5 Geschlechtergerechtigkeit und Chancengleichheit

Nach Ausführungen der TU Berlin hat die Gender- und Familienfreundlichkeit von Forschung und Lehre einen sehr hohen Rang. Im Jahr 2009 hat die Hochschule das Gütesiegel für eine kinderfreundliche Hochschule erworben.

Der weiterbildende Fernstudiengang Wissenschaftsmarketing ist durch den sehr hohen Anteil an berufstätigen Eltern, Alleinerziehenden und Studierenden in besonderen Lebensumständen (Familienplanung, Änderung des Karriereplanes etc.) geprägt. Für diese Gruppe ist die Entscheidung für die Aufnahme eines Studiums mit einem hohen Maß an zusätzlichen Belastungen verbunden. Aus diesem Grund wird mit besonderen Maßnahmen auf die Studienbedingungen reagiert: Nach Studienordnung und Prüfungsordnung § 19, Absatz 5 werden für die Fertigstellung und Erarbeitung der Master-Arbeit Fristverlängerung für Schwangere und Alleinerziehende gewährt. Ferner wurden die Semesterferien zugunsten der Ferienregelung Berlin/Brandenburg aufgehoben. Modulabschlussleistungen können im Falle von genderspezifischen Doppelbelastungen zeitlich verschoben oder modifiziert (Hausarbeit statt Präsentation) werden. Der Nachteilsausgleich für behinderte Studierende im vorliegenden Studiengang ist in der Prüfungsordnung unter § 9, Absatz 3 geregelt.

Das Geschlechterverhältnis ist im vorliegenden Studiengang ausgewogen; das gilt sowohl für die Studierenden als auch für die Dozenten.

Bewertung:

Die Gutachter haben sich davon überzeugt, dass die Hochschule bei der Erfüllung ihrer Aufgaben in diesem Studiengang die Geschlechtergerechtigkeit und die Durchsetzung der allgemeinen Diskriminierungsverbote fördert. Schwangere Prüfungskandidatinnen, länger erkrankte Studierende und allein erziehende Elternteile haben die Möglichkeit, die Bearbeitungszeit für die Fertigstellung der Abschlussarbeit um einen Monat zu verlängern. Studierende mit einer andauernden oder ständigen Behinderung erhalten die Möglichkeit, vorgesehene Prüfungs- und Studienleistungen in einer anderen, gleichwertigen Form zu erbringen.

		Exzellent	Qualitäts- anforderung übertroffen	Qualitäts- anforderung erfüllt	Qualitäts- anforderung nicht erfüllt	n.b. ¹ n.r. ³
1.5	Geschlechtergerechtigkeit und Chan- cengleichheit			x		

2 Zulassung (Bedingungen und Verfahren)

Die Zulassungsvoraussetzungen sind in § 3 der „Zulassungsordnung für den weiterbildenden Master-Studiengang Wissenschaftsmarketing an der Technischen Universität Berlin vom 11. 02. 2009“ geregelt. Zulassungsvoraussetzungen sind

- der Nachweis eines ersten berufsqualifizierenden Hochschulabschlusses an einer wissenschaftlichen Hochschule oder Fachhochschule sowie
- zwei Jahre Berufserfahrung, wenn es sich bei dem ersten Hochschulabschluss um einen Bachelorgrad handelt.

Nicht in der Zulassungsordnung aufgenommen, aber von der Studiengangsleitung in der Selbstdokumentation und während der Begutachtung vor Ort als Zulassungsvoraussetzung angeführt, liegt die Eintrittsbarriere für den Studiengang bei im Vorhinein erreichten 240 ECTS-Punkten. Wird diese Mindestzahl nicht erreicht, wurde universitätsintern ein System von Bonuspunkten entwickelt, um die bis zu 60 fehlenden ECTS-Punkte zur Erfüllung der Zugangsvoraussetzungen zu erhalten (vgl. Abb.). Die Art der Berufserfahrung ist zunächst seitens der TU Berlin nicht spezifiziert.

Bereich	Punkte
Zwei Jahre Berufserfahrung	30
Schnittmenge der Berufstätigkeit mit dem Curriculum	10
Künftiger Einsatzbereich korreliert mit curricularen Themen	10
Studium trägt zur Positionierung im Wissenschaftssystem bei	10
Stimmigkeit des Karriereweges	10

**Tabelle: Bewertung
Berufserfahrung**

Falls nicht schon vor der Einreichung der Bewerbungsunterlagen eine Kommunikation entweder per Email oder telefonisch stattgefunden hat, wird dieser Schritt nach Einreichen der Bewerbungsunterlagen nachgeholt. Nach dem Erstgespräch wird ein Bewerbungstermin mit der Studiengangsleitung vereinbart. Im Gespräch prüft die Studiengangsleitung, inwiefern die Erwartungen beider Parteien im Hinblick auf den Studiengang kompatibel sind. Entscheidungsrelevante Themen sind nach Angaben der Hochschule die Relation zwischen dem grundständigen Studienfach des Bewerbers und dem Weiterbildungsangebot sowie Erläuterungen des Interessierenden zum Hintergrund seiner Bewerbung. Dies schließt Fragen zu dem erwarteten Nutzen des weiterbildenden Abschlusses für die berufliche Entwicklung, Informationen zu der Entscheidungsfindung, der Rolle des Arbeitsgebers sowie eine Einschätzung hinsichtlich der Machbarkeit des Studiums und der Unterstützung durch das soziale und berufliche Umfeld ein. Sofern die Eignung eines Bewerbers auf der Basis des Gesprächs befürwortet werden kann, erhält der Bewerber bei Bedarf die Möglichkeit, an Seminaren seiner Wahl als Gast teilzunehmen. Nachdem sich beide Seiten von der Angemessenheit der Weiterbildungsmaßnahmen überzeugt haben, wird die Bewerbung der Zulassungskommission zur schlussendlichen Entscheidung weitergeleitet.

Im Rahmen des Auswahlverfahrens richtet sich die Hochschule nach der Gesamtnote und nach dem Studienprofil des vorangegangenen Studiums in Verbindung mit zusätzlichen fachspezifischen Qualifikationen, die außerhalb des Hochschulstudiums erworben wurden (praktische Tätigkeiten und besondere Vorbildungen, außeruniversitäre Leistungen und Qualifikationen, besonderes soziales/politisches Engagement). Bei der Zusammensetzung der Studentengruppe ist es der Hochschule ein großes Anliegen, Heterogenität zu gewährleis-

ten. Eine obligatorische Überprüfung der Sprachkenntnisse ist zu keinem Zeitpunkt im Studium vorgesehen, allerdings findet zu Beginn des Curriculums im zweiten Modul ein kleiner Selbstseinstufungstest mit dem Resultat einer Zuordnung in die Kategorien A, B und C statt.

Teilnehmerorientierte Informationen werden überdies regelmäßig aktualisiert und sowohl alljährlich in einem Flyer in deutscher Sprache zusammengefasst als auch auf der hochschuleigenen Website zur Verfügung gestellt. Auf dieser Internetseite ist auch die Zulassungsordnung, wie auch auf der Internetseite der TU Berlin Science Marketing, einsehbar. Darüber hinaus werden die Kriterien für die Zulassung nach Ausführungen der Hochschule in den Vorgesprächen mit den Bewerbern, explizit im offiziellen Gespräch mit der Studiengangsleitung genannt. Es besteht auch die Option, als Gast an dem „Schnupperkurs durch die Module“ teilzunehmen.

Bewertung:

Das Auswahlverfahren setzt sich aus einer formellen Bewerbung und einem Bewerbungsgespräch mit der Studiengangsleitung nach Einsicht der eingereichten Unterlagen zusammen. Nach Auffassung der Gutachter wird auf diese Weise grundsätzlich die Gewinnung von qualifizierten Studierenden entsprechend der Zielsetzung des Studiengangskonzeptes gewährleistet.

Bei der Prüfung des Kriteriums Zulassung fielen den Gutachtern jedoch einige Mängel auf, die im Folgenden einzeln angeführt werden:

Die direkte Beratung und der Dialog zwischen Interessenten und der Hochschule werden per Telefon und E-Mailverkehr angeboten. Kunden- und teilnehmerorientierte Informationen über die Bildungsangebote werden mit Bezug auf Qualifikationsziele, Zielgruppe, Inhalte, Lehrende und Zulassungsvoraussetzungen unter Einsatz unterschiedlicher Medien (Flyer, Internet) bereitgestellt. Es fehlt jedoch nach Ansicht der Gutachter ein ausführlicher Studienführer, der Studierenden insbesondere Angaben über die Zeitplanung, beispielsweise durch Angaben eines geschätzten Arbeitsaufwandes pro Woche, geben kann. Die Gutachter begründen ihr Urteil damit, dass gerade für die berufstätige Adressatengruppe des Studienganges derartige studienrelevante Angaben besonders hilfreich wären, um das weiterbildende Studium parallel mit der Berufstätigkeit abstimmen zu können. Überdies fehlen nach Ansicht der Gutachter in den vorgelegten Unterlagen konkrete Angaben zu dem Studienablauf. Die Studiengangsleitung informierte die Gutachter darüber, dass Module nur in chronologischer Reihenfolge belegt werden können. Aus den Studierendengesprächen hingegen erfuhren die Gutachter, dass es möglich war, beliebige Module des Curriculums auch dann anrechnen zu lassen, wenn sie bereits vor Beginn des ordentlichen Studiums als Einzelmodul (in sich abgeschlossenes Weiterbildungsangebot) absolviert wurden. Die chronologische Form musste in dem Fall nicht eingehalten werden. Die Gutachter empfehlen eine gründliche Überarbeitung der kunden- und teilnehmerorientierten Informationen in den genannten Punkten. Insgesamt stellen sie jedoch fest, dass die Studieninteressenten und die Studierenden, vor allem im Gespräch mit der Studiengangsleitung, ausreichend über den Ablauf und die Anforderungen des Studienganges informiert werden.

Laut § 3 der Zulassungsordnung ist nur für Bachelor-Absolventen ein Nachweis von einer mindestens zweijährigen berufspraktischen Erfahrung zu erbringen. Für Absolventen anderer Abschlussgrade wird Berufserfahrung nicht weiter gefordert. Mit Schreiben vom 12. Oktober 2009 hat die Berliner Senatsverwaltung für Bildung, Wissenschaft und Forschung in Bezug auf den weiterbildenden Master-Studiengang Wissenschaftsmarketing Berufserfahrung als Zulassungsvoraussetzung untersagt, da gemäß § 10 Abs. 5 BerlHG i. d. ab 1. April 2009 geltenden Fassung Zugangsvoraussetzung für Master-Studiengänge der berufsqualifizierenden Anschluss eines Hochschulstudiums ist und darüber hinausgehende Eignungs- und Qualifikationsvoraussetzungen nur für konsekutive Master-Studiengänge gefordert werden dür-

fen und nur dann, wenn sie wegen spezieller fachlicher Anforderungen des jeweiligen Master-Studienganges nachweislich erforderlich sind. Infolge dieser Änderung forderte das Schreiben eine Korrektur der Zulassungsordnung sowie der Studien- und Prüfungsordnung in dem genannten Punkt. Die TU Berlin ist dieser Aufforderung nachgekommen und fordert demnach nun keinerlei Berufserfahrung im Rahmen des Zulassungsverfahrens; die aktualisierten Ordnungen sind jedoch noch nicht veröffentlicht worden. Dies widerspricht Abs. A 4.3 der „Ländergemeinsamen Strukturvorgaben gemäß § 9 Abs.2 HRG für die Akkreditierung von Bachelor- und Master-Studiengängen“ i.d.F. vom 18. September 2008. Demnach setzen weiterbildende Master-Studiengänge nach einem qualifizierten Hochschulabschluss qualifizierte berufspraktische Erfahrung von i.d.R. nicht unter einem Jahr voraus. Insofern empfehlen die Gutachter eine Auflage zur Aufnahme von qualifizierter berufspraktischer Erfahrung von i.d.R. nicht unter einem Jahr in die Zulassungsvoraussetzung auszusprechen. Nach § 4 Abs. 3 der „Entscheidungen der Akkreditierungsagenturen: Arten und Wirkungen“ i.d.F. vom 31. Oktober 2008 i. V. m. Abs. 1 des Beschlusses: Regelung eines Verfahrens bei Widerspruch zwischen ländergemeinsamen und landesspezifischen Strukturvorgaben für Bachelor und Masterstudiengänge besteht die Pflicht zur Aussetzung des Akkreditierungsverfahrens durch die Akkreditierungsagentur nach Anhörung der Hochschule, wenn die Akkreditierungsagentur der Auffassung ist, dass sich ländergemeinsame und landesspezifische Strukturvorgaben oder gesetzliche Regelungen widersprechen. Die Agentur hat infolgedessen mit Schreiben vom 14. Januar 2011 den Akkreditierungsrat über diesen Widerspruch unterrichtet, um eine verbindliche Mitteilung der Rechtslage zu ersuchen. Nach Beschluss des Akkreditierungsrates vom 16. Februar 2011 wurde die Vorgabe des Berliner Hochschulgesetzes für alle Agenturen für verbindlich erklärt; infolgedessen wurde die vorgesehene Auflagenempfehlung der Gutachter ersatzlos gestrichen.

Abgesehen von der nicht generell vorausgesetzten Berufserfahrung der Studienbewerber schätzen die Gutachter die angeführten Zulassungsbedingungen als unzulänglich ein. Zum einen ist die Zulassungsordnung nicht vollständig. Die Angaben hinsichtlich der Mindestanzahl von 240 ECTS-Punkten als Eintrittsbarriere werden zwar in der Selbstdokumentation der Hochschule, nicht aber in der vorliegenden Zulassungsordnung genannt. Es ist dort somit nicht vorgesehen, dass unter Einbeziehung des vorangehenden Studiums bei Master-Abschluss 300 ECTS-Punkte benötigt werden. Dies widerspricht Abs. A 1.4 der Ländergemeinsamen Strukturvorgaben gemäß § 9 Abs. 2 HRG für die Akkreditierung von Bachelor- und Master-Studiengängen i.d.F. vom 18. September 2008. Die Gutachter kritisieren, dass dadurch nicht sichergestellt wird, dass die Absolventen des vorliegenden Studienganges bei erfolgreichem Abschluss regelmäßig 300 ECTS-Punkte erreichen, da auch Absolventen eines Bachelor-Abschlusses mit weniger als 240 ECTS-Punkten zugelassen werden können. Das universitätsintern entwickelte Bonuspunktesystem für die Anrechnung von Berufserfahrung als Zulassungsbedingung sehen die Gutachter als sehr kritisch an, da die Art der Berufserfahrung nicht spezifiziert ist. Nach oben genannter Strukturvorgabe sollen die Inhalte des weiterbildenden Masterstudienganges die beruflichen Erfahrungen berücksichtigen und an diese anknüpfen. Es liegt bei der Konzeption eines Studienganges in der Verantwortung der Hochschule, einen Zusammenhang von beruflicher Qualifikation und Studienangebot herzustellen. Hinzu kommt, dass die Wahl der Bewertungskriterien der Berufserfahrung sowie ihre unterschiedliche Gewichtung willkürlich/unbegründet erscheinen. So ist beispielsweise das Kriterium „künftiger Einsatzbereich korreliert mit curricularen Themen“ als Bewertungskriterium wirkungslos, wenn das künftige Beschäftigungsfeld – nach Angaben der Studiengangsleitung – als sehr heterogen eingestuft wird. Zudem kann kein Studienbewerber über sein künftiges Arbeitsumfeld einige Jahre im Voraus verlässliche Angaben machen, insbesondere unter der Prämisse der heterogenen Einsatzmöglichkeiten. Die Gutachter empfehlen daher eine Auflage zur Neuformulierung der Zulassungsordnung unter Berücksichtigung der genannten Punkte. Im Zuge der empfohlenen Auflage möchten die Gutachter aber auch festhalten, dass sie die Anrechnung von Berufserfahrung im Zuge des Zulassungsverfahrens grundsätzlich sehr begrüßen.

Die Gutachter bewerten das Zulassungsverfahren auch aus weiteren Gründen als nicht vollständig nachvollziehbar und wenig transparent. Die Studiengangsleitung gibt an, dass die Studierenden auf der Basis eines universitätsinternen Punktesystems zugelassen werden. Den Gutachtern erscheinen die zu Grunde gelegten Maßstäbe als zu allgemein und vage formuliert (siehe oben). Es bleibt offen, welche „besonderen Vorbildungen“ für eine Anrechnung in Betracht kommen, auch ist gänzlich unbestimmt, welches „besonders soziale/politische Engagement“ gemeint ist. Die Zulassungsordnung erteilt in § 5 Abs.1 weiterhin Auskunft darüber, dass die Studiengangsleitung eine Rangfolge – unter der Berücksichtigung der Qualifikation und des Ergebnisses im Auswahlgespräch – erstellt, wenn die Zahl der Bewerber die zur Verfügung stehenden Studienplätze erheblich übersteigt. Dies würde bedeuten, dass die Studiengangsleitung nach Prüfung aller Bewerberunterlagen und nachdem alle Bewerbungsgespräche abgeschlossen wurden, eine Entscheidung über die zum Studium zugelassenen Bewerber trifft. Dies widerspricht allerdings den Angaben der Absolventen und Studierenden. Im Gespräch mit den Gutachtern gaben sie an, dass ihnen unmittelbar nach dem Gespräch eine informelle Zusage seitens der Studiengangsleitung für einen Studienplatz erteilt wurde. Eine solche Praxis bewerten die Gutachter als nicht akzeptabel, da eine Chancengleichheit für alle Bewerber nicht vorausgesetzt werden kann. Ebenso widerspricht die Praxis der Darstellung in der Zulassungsordnung, nach der eine Rangfolge der Bewerber nach Abschluss beider Auswahlsschritte getroffen wird. Die Gutachter möchten der Hochschule an dieser Stelle in Bezug auf die Transparenz und Nachvollziehbarkeit des Zulassungsverfahrens die Empfehlung aussprechen, die gelebte Praxis an die formale Darstellung anzupassen. Ebenso appellieren die Gutachter an die Hochschule, die Zulassungsentscheidung, welche auf dem Zulassungsverfahren beruht, im Hinblick auf ihre Nachvollziehbarkeit zu optimieren.

		Exzellent	Qualitätsanforderung übertroffen	Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	n.b. ¹ n.r. ³
2	Zulassung (Bedingungen und Verfahren)					
2.1	Studierendenberatung			x		
2.2	Zulassungsbedingungen			Auflage		
2.3	Auswahlverfahren (falls vorhanden)			x		
2.4*	Berufserfahrung (* für weiterbildenden Master Studiengängen)			x		
2.5	Gewährleistung der Fremdsprachenkompetenz					n.r.
2.6*	Transparenz und Nachvollziehbarkeit des Zulassungsverfahrens			x		
2.7*	Transparenz der Zulassungsentscheidung			x		

3 Konzeption des Studienganges

3.1 Struktur

Der weiterbildende Master-Studiengang umfasst eine Studiendauer von vier Semestern. Die Durchführung erfolgt als berufsbegleitender Fernstudiengang in der Kombination von abwechselnden Präsenz- und Selbststudienphasen. Alle sieben Wochen findet eine Präsenzwoche, mit einer Dauer von jeweils vier Tagen, statt.

Nach den von der Hochschule vorgelegten Materialien ist der Studiengang konsequent modularisiert. So gliedert sich das Studium in neun Module einschließlich der Master-Arbeit. Die chronologische Abfolge der jeweils in sich geschlossenen, methodisch und inhaltlich klar ausgerichteten Einheiten ist nach Ausführungen der Hochschule verbindlich, die Module bauen ihren Angaben nach organisatorisch und inhaltlich aufeinander auf. Das neunte Modul bildet die Abschlussarbeit. Alle Module müssen absolviert werden. Ein Wahlpflichtbereich, innerhalb dessen die Studierenden eine thematische Spezialisierung vornehmen können, besteht nicht. Für einen CP legt die Hochschule einen Arbeitsaufwand von 30 Stunden zugrunde, so dass das Studium insgesamt einen Workload von 1.800 h umfasst. Davon entfallen, wie aus dem Modulplan zu entnehmen ist, 626 Stunden auf die Präsenzstunden, so dass die Präsenzphasen sich auf ca. ein Drittel der Studienzeit belaufen.

Insgesamt werden für das Studium 60 ECTS-Punkte vergeben, wobei die Module jeweils zwischen 4 und 10 ECTS-Punkten umfassen. Für die Master-Arbeit werden 10 ECTS-Punkte bei einer Bearbeitungszeit von drei Monaten vergeben.

Für den Studiengang Wissenschaftsmarketing liegen eine Studien- sowie eine Prüfungsordnung vor, in denen der Aufbau des Studienganges, die Studieninhalte sowie die Prüfungen geregelt sind.

Die Prüfungen werden studienbegleitend in den Präsenzphasen abgelegt. Als mögliche Prüfungsform benennt die Hochschule in der Prüfungsordnung mündliche Prüfungsleistungen, schriftliche Prüfungsleistungen (Klausur) oder prüfungsäquivalente Studienleistungen (Referate, schriftliche Ausarbeitungen, Ergebnispräsentationen, Hausarbeiten). Neben der Einzelprüfung ist eine Gruppenprüfung von bis zu vier Kandidaten möglich. Die Master-Arbeit wird im vierten Semester angefertigt. Regelungen zum Nachteilsausgleich für behinderte Studierende hinsichtlich zeitlicher und formaler Vorgaben im Studium sowie bei abschließenden oder studienbegleitenden Leistungsnachweisen sind in der Studien- und Prüfungsordnung durch entsprechende Regelungen enthalten.

Bewertung:

In der Struktur des vorliegenden Studienganges ist das Verhältnis von Kernfächern und Praxiselementen überzeugend gewichtet vorgesehen. Dies dient nach Ansicht der Gutachter der Zielsetzung und fördert den an der Zielsetzung orientierten Kompetenzerwerb der Studierenden. Bezüglich der obligatorischen chronologischen Abfolge der Module zeigen sich die Gutachter jedoch skeptisch. Obschon ihrer Ansicht nach der vorgeschriebene Ablauf der Module aus organisatorischen Gründen verständlich erscheint, kritisieren die Gutachter, dass im Aufbau der Module eine inhaltliche Logik unterstellt wird, die nach erfolgter Prüfung der jeweiligen Inhalte nicht vorhanden ist. Ein im weiteren Verlauf des Studiums vorgesehenes Modul setzt ihrem Urteil nach das vorhergehende Modul inhaltlich nicht zwingend voraus. Die Studierbarkeit ist aus der Perspektive der Gutachter insofern erschwert, als dass Studierende im Falle einer nicht bestandenen Prüfung in der Zwischenzeit aufgrund der vorgeschriebenen chronologischen Abfolge der Module formal keine weiteren Module belegen dürfen. Die Gutachter konnten jedoch in Erfahrung bringen, dass im Falle einer nichtbestanden Prüfung individuelle Lösungen gemeinsam mit der Studiengangsleitung erarbeitet werden. Auch nach Aussagen der Studierenden war es möglich, numerisch fortgeschrittene Kurse bereits vor der Absolvierung primär vorgesehener Module zu belegen (vgl. Kapitel 2).

Im Rahmen der ohnehin vorgesehenen Überarbeitung der Modulbeschreibungen sollte nach Ansicht der Gutachter deutlich gemacht werden, ob ein Modul für ein anderes voraussetzend ist oder ob das Modul ohne vorherigen Besuch eines anderen Moduls belegt werden kann und gegebenenfalls von dem obligatorisch chronologischen Besuch der Module absehen. Insgesamt sehen die Gutachter die Studierbarkeit trotz der formalen Einschränkung und unter Berücksichtigung der erwarteten Eingangsqualifikationen, einer plausiblen Workload-Berechnung (s.u.), einer adäquaten und belastungsangemessenen Prüfungsdichte und -organisation, entsprechender Betreuungsangebote sowie fachlicher und überfachlicher Studienberatung als gewährleistet an. Die Belange von Studierenden mit Behinderung werden berücksichtigt.

Die ECTS-Elemente (Prinzip der Modularisierung, Credit-Points, relative Notenvergabe nach ECTS und Workload-Vorgaben) sind nach Ansicht der Gutachter realisiert. Die Modulbeschreibungen entsprechen allerdings nur annähernd den Strukturvorgaben. So sind die Lernziele nur vage und nicht durchgängig outcome-orientiert formuliert, die Voraussetzungen für die Teilnahme nicht definiert, die Dauer der einzelnen Module in der Modulbeschreibung nicht genannt, die Art der Lehrform wird nicht angegeben und im Rahmen der Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten erfolgen keine Angaben über den Umfang der Prüfungsleistungen, beispielsweise der Umfang von Hausarbeiten oder die Dauer einer Klausur. Darüber hinaus lassen die vorliegenden Modulbeschreibungen Angaben über die Häufigkeit des Angebots von Modulen, sowie Angaben über die zu erwerbenden Punkte und den modulspezifischen zu erbringenden Arbeitsaufwand, ebenso wie Informationen über die Dauer der einzelnen Module vermissen. Schlussendlich werden keine Angaben über die Verwendbarkeit der Module gemacht, zugleich fehlen Literaturhinweise in der Modulbeschreibung. Die „Rahmenvorgaben für die Einführung von Leistungspunktsystemen und die Modularisierung von Studiengängen“ der Kultusministerkonferenz i.d.F. vom 22. Oktober 2004 fordern jedoch, den Studierenden eine zuverlässige Information über Studienverlauf, Inhalte, qualitative und quantitative Anforderungen und Einbindung in das Gesamtkonzept des Studienganges bzw. das Verhältnis zu anderen angebotenen Modulen zu bieten. Zudem müssen gemäß Kriterium 7 der „Kriterien für die Akkreditierung von Studiengängen“ i.d.F. vom 29. Februar 2008 die Transparenz und Dokumentation des Studienganges und Studienverlaufes gewährleistet sein. Daher empfehlen die Gutachter eine Auflage zur Überarbeitung der Modulbeschreibungen in den genannten Punkten. In diesem Zusammenhang begrüßen sie, dass die TU Berlin im Zuge einer durch die Gutachter anlässlich der Begutachtung vor Ort angeregten Umstrukturierung des Studienganges bereits damit begonnen hat, die Modulbeschreibungen hinsichtlich der vorgenannten Punkte zu überarbeiten. Grundlage dieser Bewertung sind jedoch die ursprünglich eingereichten Modulbeschreibungen, die sich auf die hier beschriebene Struktur des Studienganges beziehen.

Die Master-Arbeit wird im vorliegenden Studiengang mit 10 ECTS-Punkten bewertet. Dies steht jedoch im Widerspruch zum Absatz 1.4 der „Ländergemeinsamen Strukturvorgaben gemäß § 9 Abs. 2 HRG für die Akkreditierung von Bachelor- und Masterstudiengängen“ i.d.F. vom 18. September 2008. Hiernach heißt es, dass ein Bearbeitungsumfang für eine Master-Arbeit von 15-30 ECTS-Punkten vorzusehen ist. Aus diesem Grund empfehlen die Gutachter eine Auflage zur entsprechenden Ausdehnung und somit zum Umfang an ECTS-Punkten für die Abschlussarbeit. In diesem Zusammenhang ist zudem die vorgesehene Bearbeitungszeit anzupassen.

Die Gutachter kritisieren überdies die nicht durchgängig nachvollziehbare Workload-Berechnung der Module bei zeitlich gleich bemessenen Präsenzphasen in allen Modulen. Eine Harmonisierung der Workload-Berechnung würden die Gutachter sehr begrüßen.

Für den vorliegenden Studiengang existiert eine Studien- und Prüfungsordnung. Die Gutachter haben sich davon überzeugt, dass die strukturellen Vorgaben für den Studiengang, unter Berücksichtigung der nationalen und landesspezifischen Vorgaben, umgesetzt sind. Es bestehen Regelungen zum Nachteilsausgleich für behinderte Studierende hinsichtlich zeitlicher

und formaler Vorgaben im Studium sowie bei allen abschließenden und studienbegleitenden Leistungsnachweisen. Allerdings sehen die Gutachter in der Bildung der Gesamtnote in der Prüfungsordnung das Kriterium 7: Transparenz und Dokumentation der „Kriterien für die Akkreditierung von Studiengängen“ i.d.F. vom 29. Februar 2008 als verletzt an. Demnach sind die Anforderungen hinsichtlich Studiengang, Studienverlauf und Prüfung einschließlich der Nachteilsausgleichsregelungen für Studierende mit Behinderungen durch geeignete Dokumentation bekannt zu geben. Unter § 18 Abs. 3 der vorliegenden Studienordnung wird vorgegeben, dass für die Ermittlung der Gesamtnote die Noten der Module eins bis acht einfach und die Note des Moduls neun vierfach gezählt werden. Aufgrund der unterschiedlichen Arbeitsbelastung wie auch der Anzahl der ECTS-Punkte der Module bewerten die Gutachter eine pauschale Einfachwertung aller Module – die Abschlussarbeit ausgeschlossen – als inakzeptabel. Sie empfehlen eine Auflage zur Gewährleistung einer höheren Transparenz in der Berechnung der Gesamtnote.

		Exzellent	Qualitätsanforderung übertroffen	Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	n.b. ¹ n.r. ³
3.	Konzeption des Studienganges					
3.1	Struktur			x		
3.1.1	Struktureller Aufbau des Studienganges (Kernfächer / ggf. Spezialisierungen (Wahlpflichtfächer) / weitere Wahlmöglichkeiten / Praxiselemente			x		
3.1.2*	Berücksichtigung des „European Credit Transfer and Accumulation Systeme (ECTS)“ und der Modularisierung			Auflage		
3.1.3*	Studien- und Prüfungsordnung			Auflage		
3.1.4*	Studierbarkeit			x		

3.2 Inhalte

Die Aufbausstruktur des Studienganges wird nachfolgend dargestellt:

Anhang I zur Studien- und Prüfungsordnung: Module und Studienplan						
Module	Art der LV	Pflicht-fach	Stunden (Präsenz-stunden)	Zu erbringende Leistungen	ECTS-Leistungspunkte	
Modul 1 Grundlagen Wissenschaftskommunikation					6	
1. Anwendungs-, Berufsfelder	VL / SE	P	24			
2. Strukturen des Wissenschaftssystems	VL / IV / UE	P	40	Klausur		
Modul 2 Kommunikationsmanagement für F + E					8	
3. Presse- und Medienarbeit	VL / SE / UE	P	48			
4. Kommunikationskonzepte	VL / IV / UE	P	40	Prüfungsäquivalente Studienleistungen		
Modul 3 Projektmanagement					4	
5. Projektmanagement	VL / UE	P	60	Klausur		
Modul 4 Finanzierung / Budgetierung Controlling / Mittelakquise					7	
6. Betriebswirtschaftliche Steuerung	VL	P	20			
7. Mittelakquise	VL / IV	P	40			
8. Rechtsgrundlagen	VL	P	20	Klausur		
Modul 5 Wissenschaftsjournalismus					6	
9. Inhalt / Textgestaltung	IV / UE	P	48			
10. Formale Gestaltung Print- und Onlinemedien	SE / UE	P	20	Hausarbeit		
Modul 6 Marketing					5	
11. Grundlagen Marketing	VL / SE / IV	P	40			
12. Wissenschaftsmarketing Wissenschaft als Marke	VL / UE	P	24	Klausur		
Modul 7 Public Affairs in Wissenschaft und Forschung					4	
13. Wissenschaftliche Kampagnen	VL / IV / UE	P	20	Hausarbeit		
14. Mittler- und Teilöffentlichkeiten	VL	P	20			
Modul 8 Scientific Events					10	
15. Eventmarketing, -management	VL / UE	P	28			
16. Veranstaltungstypen, -formate	VL / IV / UE	P	58			
17. Dienstleister / Dienstleistungen	VL / SE	P	32	Klausur		
18. Eventkommunikation	SE / UE	P	20			
Modul 9 Master- bzw. Abschlussarbeit					10	
19. Colloquium	VL / UE	P	24			
20. Erstellung Master- / Abschlussarbeit						
			626		60	
Abkürzungen	LV Lehrveranstaltung ECTS European Credits Transfer System VL Vorlesung SE Seminar UE Übung IV Integrierte Lehrveranstaltung					

Nach Darlegungen der Hochschule vermittelt das Studium differenzierte Inhalte. So würden die Studierenden mit den Interdependenzen und den Entwicklungsperspektiven der institutionellen Wissenschaftsakteure vertraut gemacht, lernten Formen der Steuerungsmechanismen wie des Controllings und Mittelbeschaffung durch Beteiligung an Förderprogrammen und Fundraising kennen, setzen sich neben wirtschaftlichen Kenntnissen auch mit rechtlichen Grundlagen auseinander und bekämen Einsicht in die Instrumente des Public Affairs und Evaluationsmöglichkeiten. Sie verfügten nach dem Studium über solide Grundkenntnisse der Wissenschaftslandschaft und ihrer Förderstrukturen und würden überdies mit Methodenkompetenzen ausgestattet. Das Studium verbessere das Vermögen der Studierenden zur Analyse, um komplexe Prozesse, Geschäftsabläufe und -strukturen in wissenschaftlichen Organisationen zu begreifen und zu steuern. Die Studierenden verbesserten ihre Kommunikations- und Medienkompetenz und könnten Ausschreibungsverfahren und Förderprogramme orten und diese nutzen. Des Weiteren würden sie befähigt, zur Strategiebildung und ihrer Einrichtung einen maßgeblichen Beitrag leisten zu können.

Da es sich um einen anwendungsorientierten Studiengang handelt, haben laut der Studiengangsleitung praxisbezogene Elemente hohe Priorität. Nach Darlegungen der Hochschule zieht sich der Praxisbezug auf unterschiedliche Weise durch das gesamte Curriculum: Die Studierenden erhalten den Auftrag, ein Problem eines Auftraggebers zu lösen und ein Lösungskonzept zu entwickeln, um schließlich dem Auftraggeber ein Konzept zur Bewertung zu präsentieren. In Seminardiskursen würden ferner aktuelle Herausforderungen wissenschaftlicher Vertreter erörtert, kontrovers behandelte Themen auf der Lernplattform mit Hintergrundinformationen versehen und im wöchentlichen Forum behandelt. Überdies werden nach Aussagen der Hochschule sowohl PR-Maßnahmen (Pressemitteilung, Pressekonferenzen, Workshops, Internetauftritten oder Newsletter) als auch Formen des Projektmanagements eingeübt. Die Studierenden setzten ferner die erlernten Instrumente und Methoden des Public Affairs anhand von Fallstudien um. Die Vermittlung wissenschaftlicher Inhalte vollzieht sich nach Ausführungen der Studiengangsleitung über die Lehre hinaus in Form von speziellen Veranstaltungen wie Messen, Ausstellungen, Tagungen, Kongresse, Konferenzen, Fachforen und Symposien.

Der vorliegende Studiengang beinhaltet keine Wahlfächer. Die Module schließen Themen aus der Verwaltungswissenschaft, der Betriebswirtschaftslehre, des Wissenschaftsjournalismus, der Politischen Wissenschaften, der Soziologie und der Kommunikations- und Kulturwissenschaften mit ein. Eine hohe Stellung nehmen die Bereiche Innovationsmarketing und Nachfrageorientiertes Forschungsmarketing ein. Die Interdisziplinarität findet sich, so die Studiengangsleitung, bereits bei der Zusammensetzung der Studierendengruppe mit unterschiedlichem wissenschaftlichem Hintergrund wieder. Auch in der Lehre selbst sei die Interdisziplinarität im Curriculum verankert und bei der Anfertigung der Master-Arbeit unabdingbar. Die Vermittlung von Methoden sei aufgrund der Heterogenität der Studierenden erforderlich, verbindliche methodische Standards würden definiert. Aufgrund eines bereits vorhandenen wissenschaftlichen Hintergrundes sei aber i.d.R. jeder Studierender mit wissenschaftlichen Methoden konfrontiert worden, so dass es laut der Studiengangsleitung lediglich der Vermittlung von Modifikationen bzw. Optimierungen der Methoden bedarf.

Die Prüfungen beziehen sich nach Darlegungen der Hochschule auf die vorab definierten Modulziele. Es werden Präsentationen, Hausarbeiten und Klausuren als Modulabschlussprüfungen angeboten. Bei der Anfertigung der Master-Arbeit können die Master-Kandidaten/innen ihr Thema frei wählen, wobei die Themen auf die Studieninhalte abgestimmt sind. Auf Wunsch kann auch die Studiengangsleitung ein Thema vorschlagen. Die Beschäftigung mit der Wahl des Themas der Master-Arbeit beginnt bereits während des sechsten Moduls, in dem Master-Besprechungstermine mit der Studiengangsleitung angeboten werden.

Bewertung:

Das Curriculum trägt den Zielen des Studienganges nach Auffassung der Gutachter angemessen Rechnung und ist auf Qualifikations- und Kompetenzentwicklung ausgerichtet. Der Studiengang entspricht, abgesehen von den Modulbeschreibungen, die nur annähernd die Strukturvorgaben erfüllen, der Outcome-Orientierung. Wie die Gutachter jedoch ableiten konnten, ist die obligatorische Belegung der Module in einer chronologischen Reihenfolge nicht zwingend notwendig, da die Module, wie die Gutachter feststellen konnten, nicht inhaltlich aufeinander aufbauen (vgl. Kapitel 3.1).

Die Gutachter zeigen sich besonders erfreut über die permanente systematische Integration von Theorie und Praxis im Curriculum. Theoretisch erworbene Grundlagen werden stets anhand von Fallstudien, Projektentwürfen, Präsentationen und Vorträgen mit Dozenten aus der Wissenschaft und namhaften Einrichtungen praktisch umgesetzt. Zudem fördert der Studiengang interdisziplinäres Denken, insbesondere auf der Grundlage einer interdisziplinären Zusammensetzung der Studierendengruppe. Die Vermittlung von Methodenkompetenz und die Befähigung zu wissenschaftlichem Arbeiten sind im Studiengang gewährleistet, insbesondere vor dem Hintergrund, dass die Studierenden des vorliegenden Studienganges bereits ein Hochschulstudium abgeschlossen haben und mit wissenschaftlichen Arbeitstechniken konfrontiert wurden. Darüber hinaus ist auch der Nachweis von wissenschaftsbasierter Lehre im Studiengang erbracht. Das Angebot an Kernfächern deckt die erforderlichen Inhalte zur Erreichung der angestrebten Qualifikations- und Kompetenzziele ab. Darüber hinaus ist auch der Nachweis von wissenschaftsbasierter Lehre im Studiengang erbracht. Im Rahmen des Moduls „Grundlagen Wissenschaftskommunikation“ erachten es die Gutachter allerdings als wünschenswert, die Studierenden auch mit den Wissenschaftssystemen der EU und großer Forschungsabteilungen der Unternehmen bekanntzumachen.

Die Prüfungsleistungen als auch die Abschlussarbeiten sind auf die Learning-Outcomes des Moduls bzw. die Studieninhalte und Qualifikationsziele abgestimmt. Die Anforderungen entsprechen dem Qualifikationsniveau. Die Prüfungsleistungen werden durch eine erfreuliche Anzahl unterschiedlicher Formen angeboten, ebenso sind sie integrativ angelegt.

		Exzellent	Qualitätsanforderung übertroffen	Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	n.b. ¹ n.r. ³
3.2	Inhalte			x		
3.2.1*	Logik und konzeptionelle Geschlossenheit des Curriculums			x		
3.2.2	Fachliche Angebote in Kernfächern			x		
3.2.3	Fachliche Angebote in Spezialisierungen (Wahlpflichtfächer)					n.r.
3.2.4	Fachliche Angebote in den Wahlmöglichkeiten der Studierenden (falls zutreffend)					n.r.
3.2.5	Integration von Theorie und Praxis		x			
3.2.6	Interdisziplinarität			x		
3.2.7	Methoden und wissenschaftliches Arbeiten			x		
3.2.8	Wissenschaftsbasierte Lehre			x		
3.2.9	Prüfungsleistungen			x		
3.2.10	Abschlussarbeit			x		

3.3 Überfachliche Qualifikationen

Der Studiengang ist als anwendungsorientiert beschrieben und zeigt die entsprechenden Beispiele in den genannten praktischen Umsetzungen innerhalb der Module. Eine Forschungsorientierung wird darüber hinaus in dem Projekt „Effektivität und Effizienz von Marketing für die Wissenschaft und von Wissenschaftsmarketing-Weiterbildung“ angestrebt.

Das Curriculum des Studienganges verfolgt nach den Darlegungen der Studiengangsleitung die Absicht, die Studierenden für die ethischen Aspekte der Lerninhalte zu sensibilisieren. Ausdrücklich würden die ethischen Grundlagen im Modulteilbereich Fundraising behandelt. In einem gesonderten Teil des Moduls zu „Teamführung und Management-Skills“ werden nach den Aussagen der Hochschule die Teilnehmer für Führungsstile, Motivationspsychologie und Teamführung sensibilisiert. Darüber hinaus wird im ersten Modul ein Seminar angeboten, das sich mit den Subjekten der Wissenschaftsfreiheit beschäftigt. Das zweite Modul übe ferner soziales Verhalten unter Wettbewerbsdruck ein, die Förderung der Teamfähigkeit sei eine der zentralen Aufgaben. Das dritte Modul zu ethischen Aspekten in Öffentlichkeitsarbeit und Medienlandschaft thematisiere neben den Richtlinien des Presserates aktuelle und historische Fallbeispiele. Auch das siebte Modul befasse sich mit den ethischen Kriterien, denen verantwortungsbewusstes Lobbying zu genügen hat. Managementkonzepte werden nach Ausführungen der Studiengangsleitung überdies anhand einer Reihe von Analysetechniken und innerhalb eines Intensivseminars, das sich ausschließlich mit Moderation und Präsentation befasst, gelehrt.

Zur Schulung der Kommunikationsfähigkeit und Rhetorik bildet aus der Sicht der Studiengangsleitung die fixierte Gruppengröße die Diskursvoraussetzungen, die garantieren sollen, dass alle Beteiligten zu Wort kommen können. Zudem sei in den Präsenzphasen ein hinreichend großes Zeitfenster vorhanden, um eine intensive Diskussion führen zu können. Ein Intensivworkshop bereite die Teilnehmer überdies auf die Präsentation ihres Kommunikationskonzepts beim Auftraggeber vor. Hier werden nach Ausführungen der Hochschule Präsentations-, Moderationstechniken vermittelt und eingeübt. Im dritten Modul erhalten die Teilnehmer nach den Schilderungen der Studiengangsleitung einen Intensiv-Text-Workshop. Die Mehrzahl der Module setze bei der Erfüllung der Modulabschlussleistungen auf in Gruppen zu bearbeitende Aufgaben. Dabei gilt als Bewertungsvorgabe, dass die Einzelleistung des Gruppenmitglieds erkennbar sein muss, die gelungene Transformation in ein Gesamtpaket aber insbesondere honoriert wird. Dies soll nach Angaben der Hochschule nicht nur zur Verbesserung der Kommunikationsfähigkeit, sondern auch zur Förderung der Kooperation und Konfliktfähigkeit beitragen. Die Studiengangsleitung betont aber, dass der Studiengang von Studierenden besucht wird, die bereits über einen akademischen Abschluss, z.T. berufliche Erfahrungen und somit über Kooperationsfähigkeit und Konfliktmanagement verfügen.

Bewertung:

Der vorliegende Studiengang hat den Anspruch, ein anwendungsorientierter Studiengang zu sein. Die Gutachter loben die Mühe der Hochschule, diesem Anspruch zu genügen, der in dem konsequenten Einsatz praktischer Beispiele und von Vorträgen der Praxisvertreter zum Tragen kommt. Besonders hat den Gutachtern das Konzept gefallen, dass Studierende für einen realen Auftraggeber Lösungen entwerfen und präsentieren müssen. Dabei bereitet eine derartige Übung die Studierenden – ohne Simulationscharakter – unmittelbar auf eine echte Situation in der Berufspraxis vor.

Der Studiengang enthält nach dem Urteil der Gutachter neben seiner lobenswerten Anwendungsorientierung auch eine Bildungskomponente. Bildung zielt dabei nicht auf Berufsvorbereitung, sondern auf die Vermittlung von „Orientierungswissen“ zusätzlich zum „Verfügenswissen“. Die Vermittlung von ethischen Aspekten und führungsrelevanten Kompetenzen ist

darüber hinaus nach Ansicht der Gutachter in besonderer Weise durch die Veranstaltungen an vier Abenden zu Teamführung und Management-Skills gewährleistet. Managementkonzepte werden den Studierenden überdies in unterschiedlichen Modulen vermittelt

Kommunikationsfähigkeit und Rhetorik werden durch Intensiv-Workshops gestärkt. Die Vorbereitung und Präsentation eines selbstentworfenen Lösungskonzeptes für einen realen Kunden sehen die Gutachter überdies als äußerst effizient im Rahmen der Entwicklung der rhetorischen Fähigkeiten sowie der Anwendungsorientierung des Studienganges und seiner Zielkompetenzen an. Die überschaubare Anzahl der Studierendengruppe sehen die Gutachter zudem als förderlich für die Schulung der kommunikativen und rhetorischen Kompetenzen an. Die Studierenden üben ferner Kooperations- und Konfliktfähigkeit in unterschiedlichen Modulen ein.

		Exzellent	Qualitätsanforderung übertroffen	Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	n.b. ¹ n.r. ³
3.3	Überfachliche Qualifikationen			x		
3.3.1	Kompetenzerwerb für anwendungs- und/oder forschungsorientierte Aufgaben (nur bei Master-Studiengang)		x			
3.3.2	Bildung und Ausbildung			x		
3.3.3	Ethische Aspekte			x		
3.3.4	Führungskompetenz			x		
3.3.5	Managementkonzepte			x		
3.3.6	Kommunikationsfähigkeit und Rhetorik		x			
3.3.7	Kooperations- und Konfliktfähigkeit			x		

3.4 Didaktik und Methodik

Der viersemestrige Studiengang setzt sich aus abwechselnden Selbststudienphasen und Präsenzeinheiten zusammen. Die Studierenden erhalten nach Ausführungen der Studiengangsleitung vor Studienbeginn detaillierte Termin- und Themenvorgaben. Mit Studienbeginn stehen den Studierenden nach weiteren Angaben zu jedem Modul Studienbriefe zur Verfügung, die von Experten verfasst wurden. Explizit die Studienbriefe für Public Affairs und Projekt Governance sind für die Fernstudiengangsverwendung entwickelt worden. Das schriftliche Lehrmaterial wird laut der Hochschule regelmäßig auf eventuellen Aktualisierungsbedarf überprüft. Die Studienbriefe werden, wie die Hochschulleitung angibt, in den Präsenzphasen durch Handouts ergänzt. Auch die elektronischen Medien sind nach Angaben der Studiengangsleitung systemunabhängig und optisch akzeptabel gestaltet. Für alle TU-Studiengänge bestehe die Festlegung auf die Nutzung der Open Source Software Moodle, wodurch die Studierenden über ein bedienungsfreundliches Medium verfügten. Der Gebrauch von digitalen Medien würde überdies explizit bei den Studierenden durch den Online-Tutor erklärt und eingeübt. Die Leistungsüberprüfungen erfolgten durch die jeweils verantwortlichen Dozenten i.d.R. im Wochentakt. Wie die Studiengangsleitung betont, haben die Dozenten vorab festgelegte Kontaktzeiten, zu denen sie in Echtzeit Fragen beantworten können, ansonsten gelte das Service Agreement „Resonanz binnen 24 Stunden“. Innerhalb der Präsenzphasen würden die Grundlagen für die dann in der Online-Phase vertieften Modulinhalte gelegt.

Pro Modul gibt es nach Darlegungen der Hochschule einen Mix aus Lernhilfen und zeitlich wie inhaltlich strukturierenden Elementen. Auf einer für das jeweilige Modul konfigurierten Plattform kommen demnach verschiedene digitale Arbeitswerkzeuge zum Einsatz: Begleitend zu den Studienbriefen werden ausgewählte Aufsätze zum Download zur Verfügung

gestellt. Das Lern-Angebot (Mix aus Skripten, Übungen, Simulationen, Probeklausuren, Foliensätzen usw.) ist nach Ansicht der Studiengangsleitung lernmotivierend aufbereitet und den Modulinhalten angepasst. Ständiger Leitfaden durch das Modul sind Studienhefte mit integrierten Übungsaufgaben und ein moderiertes Internet-Forum für Rückfragen an die Dozenten. Darüber hinaus werden virtuelle Vorlesungen, Powerpointfolien, Linklisten zum Studium der zentralen Websites und Dokumente, ein betreutes Forum (durch die Studiengangsleitung und die Kerndozenten), Online-Gruppenplattform für Hausarbeiten, Multiple-Choice-Selbsttests und Übungsklausuren, Glossar für wissenschaftliche Inhalte und Wochen-Arbeitsblöcke, die den aufgenommenen Stoff vertiefen und auf die Modulabschlussarbeit vorbereiteten, angeboten. Die Arbeitspakete würden nur über einen begrenzten Zeitraum frei geschaltet, damit die Teilnehmer motiviert sind, kontinuierlich zu lernen.

Die Praxisorientierung setzt nach Ausführungen der Studiengangsleitung explizit im zweiten Modul ein und zieht sich als fester Bestandteil des Studiums durch das Curriculum. Im dritten Modul kann ein PR-Konzept für die eigene Einrichtung entwickelt werden; ein Fundraising-Konzept ist das Thema der Hausarbeit in diesem Modul. Im fünften Modul werden, wie die Hochschule beschreibt, konkrete Fälle durchgespielt, die aus der Praxis der Studierenden kommen. Das sechste Modul schließt mit einem Marketingkonzept für ein Thema ab, das wie im zweiten Modul durch einen externen Auftraggeber gestellt werde. Im siebten Modul ist nach den Erläuterungen der Studiengangsleitung die Abschlussarbeit erneut einem Lobbythema gewidmet, das die Studierenden aus ihrem Arbeitsumfeld wählen können. Im achten Modul stehe zum Abschluss die Aufgabe, ein Konzept für eine wissenschaftliche Ausstellung zu entwickeln.

Der Einsatz von Gastreferenten erfolgt regelmäßig über das Curriculum hinweg. Die Gastreferenten sind nach Überzeugung der Studiengangsleitung somit integraler Bestandteil des Dozentenstamms, jedoch mit unterschiedlichen Positionen im Curriculum.

Bewertung:

Das didaktische Konzept des vorliegenden Studienganges ist nach Ansicht der Gutachter beschrieben, logisch nachvollziehbar und auf das Studiengangsziel hin ausgerichtet. Es werden vielfältige, auf die Module ausgerichtete Methoden angewendet. Neben der selbstständigen Bearbeitung des Fernstudienmaterials werden u.a. Vorträge, Fallstudien zur Bearbeitung, Diskussionen, Unterrichtsgespräche etc. angeboten. Fallstudien und Praxisprojekte sind fester und regelmäßiger Bestandteil des Curriculums. Auch die Konzeption und der Einsatz der Studienbriefe im Sinne einer fernstudiendidaktischen Bearbeitung und unter Berücksichtigung der Studienziele erschienen den Gutachter nachvollziehbar. Ihrer Ansicht nach sind die Lehrbriefe ansprechend und fundiert aufbereitet. Allerdings empfinden die Gutachter die Lehrbriefe als erweiterungsfähig, etwa mit einem Fokus auf Reflektionseinheiten. Ein regelmäßiger Support der Studierenden in den Selbststudienphasen ist durch eine im Vorhinein festgelegte Echtzeitbetreuung auf der Online-Plattform oder per Emailanfrage gewährleistet. Die elektronischen Medien entsprechen nach Ansicht der Gutachter den Kriterien der „Usability“; sie sind systemunabhängig verwendbar und optisch einwandfrei gestaltet.

Der Einsatz von Gastreferenten wird im Studiengang konsequent umgesetzt. Die Gastreferenten sind, wie die Gutachter feststellen konnten, renommierte Personen. Sie bringen besondere Erfahrungen in den Lehrbetrieb ein, entweder aus der Praxis oder aus der Wissenschaft. Die Gutachter stellen jedoch fest, dass eine Dokumentation über die Einsätze der Gastredner fehlt. Sie erachten dies jedoch im Sinne einer Transparenz des Studienganges als wünschenswert. Entsprechend appellieren die Gutachter an die Hochschule, die Aufgaben der Gastreferenten zur besseren Nachvollziehbarkeit stärker hervorzuheben.

		Exzellent	Qualitäts- anforderung übertroffen	Qualitäts- anforderung erfüllt	Qualitäts- anforderung nicht erfüllt	n.b. ¹ n.r. ³
3.4	Didaktik und Methodik			x		
3.4.1	Logik und Nachvollziehbarkeit des didaktischen Konzeptes			x		
3.4.2	Methodenvielfalt			x		
3.4.3	Fallstudien / Praxisprojekt			x		
3.4.4	Begleitende Lehrveranstaltungsmaterialien			x		
3.4.5	Gastreferenten			x		

3.5 Berufsbefähigung

Die Studiengangsleitung hebt hervor, dass die Ausbildung stets eine enge Anbindung an die berufliche Praxis der Einrichtungen, die das Berufsfeld maßgeblich bestimmen, sucht. Neben der Vermittlung von speziellen berufsfeldbezogenen Qualifikationen (Antragsverfahren, Projektmanagementtools etc.) sorgen Schlüsselqualifikationen wie die Entwicklung der Teamfähigkeit, die Vermittlung von Präsentationstechniken und allgemein und speziell die Erhöhung der kommunikativen Kompetenz dafür, dass sich die Berufsqualifizierung der Absolventen erhöht, so dass sich in der Folge die Chancen auf dem Arbeitsmarkt bedeutsam verbesserten.

Bewertung:

Wie die Gutachter bei der Durchsicht der Studienunterlagen und im Gespräch mit den Studierenden feststellen konnten, zieht sich die Berufsbefähigung als „roter Faden“ erkennbar durch alle Studienabschnitte. Die befragten Studierenden gaben an, die erlernten Techniken, vor allem im kommunikativen und rhetorischen Bereich, nahezu täglich als „Handwerkszeug“ in der Berufspraxis zu nutzen. Überdies empfanden sie die Vorträge von Vertretern aus der Praxis als sehr hilf- und einblickreich. Die Berufsbefähigung sehen die Gutachter nicht zuletzt auch aufgrund der Nachfrage nach den Absolventen als überdurchschnittlich an. Der Studiengang ist dem Urteil der Gutachter nach systematisch auf die Anforderungen des Arbeitsmarktes ausgerichtet. Dies gilt in besonderem Maße für eine Tätigkeit in Forschungsunternehmen, da das Studium in diesem Fall als maßgeschneidert anzusehen ist.

		Exzellent	Qualitäts- anforderung übertroffen	Qualitäts- anforderung erfüllt	Qualitäts- anforderung nicht erfüllt	n.b. ¹ n.r. ³
3.5*	Berufsbefähigung		x			

4 Ressourcen und Dienstleistungen

4.1 Finanzplanung und Finanzierung des Studienganges

Nach Ausführungen der Studiengangsleitung existieren zwischen der TU Berlin und der TU Berlin Science Marketing Vereinbarungen zur finanziellen Grundausstattung. Die TU Berlin beteiligt sich durch die Bereitstellung geldwerter Mittel an der Finanzierung der Seminarräume und der Ausstattung sowie durch die Freistellung von Mitarbeitern als Dozenten für den vorliegenden Studiengang. Für besondere Aufwendungen würden weitere Mittel aus der TU Berlin bereitgestellt: bei der Vorbereitung und Etablierung des vorliegenden Studienganges.

ges in Form einer Anschubfinanzierung von EUR 110.000 (2006) und durch eine Ergänzungsfinanzierung von EUR 60.000 (2008). Auch im Falle besonderer Aufwendungen wie der Akkreditierung des Studienganges tritt die TU Berlin nach Angaben der Studiengangsleitung ein. Ferner leisteten die Studienbeiträge zum Parallelangebot des berufsbegleitenden Präsenzstudienganges nach Angaben der Hochschule einen signifikanten Beitrag zur Ausfinanzierung. Unter der Hinzunahme zusätzlicher Studienangebote und Workshop-Angeboten erhöhe sich damit der Kostendeckungsgrad.

In einer den Gutachtern vorgelegten Finanzplanung wird auf der Basis der eingenommenen Studiengebühren von 60 Studierenden und der Ausgaben (u.a. Dozentenhonore, Studiengangsleitung, Studienmaterial, Gemeinkosten) eine Kostenkalkulation erstellt.

Bewertung:

Die finanzielle Grundausstattung ist nach dem Urteil der Gutachter durch die Bereitstellung geldwerter Mittel und insbesondere dadurch, dass die TU in einer finanziellen Notlage für ihre Tochtergesellschaft TU Berlin Science Marketing eintritt, gegeben. Dabei möchten die Gutachter nicht unerwähnt lassen, dass die von der TU Berlin Science Marketing eingereichte Finanzplanung ihrem Urteil nach nur wenig detailliert und vage bleibt. Da es sich jedoch um die Bewertung der Finanzierungssicherheit eines Studienganges handelt, für den eine öffentliche Hochschule bürgt, werden die Darlegungen der Hochschule von den Gutachtern als ausreichend erachtet. Insofern ist ihrer Meinung nach auf der Basis des öffentlichen Rechts hinreichender Vertrauensschutz für die Studierenden gewährleistet.

		Exzellent	Qualitätsanforderung übertroffen	Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	n.b. ¹ n.r. ³
4.	Ressourcen und Dienstleistungen					
4.1	Finanzplanung und Finanzierung des Studienganges			x		
4.1.1*	Logik und Nachvollziehbarkeit der Finanzplanung			x		
4.1.2	Finanzielle Grundausstattung			x		
4.1.3*	Finanzierungssicherheit für den Studiengang			x		

4.2 Lehrpersonal des Studienganges

Der Studiengang ist, wie die Hochschule anführt, dem Fachbereich VII, Wirtschaft und Management, zugeordnet. Die Dozenten des Studienganges kommen zu annähernd gleichen Teilen aus der Hochschullandschaft, explizit aus der genannten Fakultät und der TU-Leitung bzw. Forschungseinrichtungen, wie auch aus der Agentur- und Unternehmenspraxis bzw. der Medienlandschaft. Neben der Beteiligung von TU-Hochschullehrern zählen Pressesprecher aus wissensbasierten Unternehmen der Industrie, Geschäftsführer von Start-Ups und Forschungsinstituten, Fachleute aus der Wissenschaftsverwaltung (Senat, BMBF, Hochschulen) und wissenschaftspolitische Akteure zu den Dozenten. Besonders betonen möchte die Hochschule die Expertise der Referenten – durchgehend Praktiker aus Beratung, Unternehmen, Politik oder Verbänden, die den praktischen Bezug durch Vorträge sicherstellen. Nach Ausführungen der Hochschule ist das eingesetzte Lehrpersonal teilweise kontraktuell mit dem Studienangebot verbunden. Mit Lehrenden, die regelmäßig, jedoch höchstens für ein oder zwei Seminare pro Jahrgang Lehrverpflichtungen übernehmen, würden formlose

Vereinbarungen getroffen. Laut der Studiengangsleitung wurden diese seit Bestehen des Studienangebotes immer erfüllt. Die Dozenten seien mit einem Vorlauf von (in der Regel) drei Monaten, in einigen Fällen sechs Monaten, fest gebucht. Die Lehrbriefautoren sind allesamt, wie die Hochschule darlegt, kontraktuell an den Studiengang gebunden. Nach Angaben der Lehrenden sind sich die Modulverantwortlichen zwar bekannt und telefonieren gelegentlich, eine interne Kooperation erfolgt aber überwiegend über die Koordination der Studiengangsleitung.

Bei den Dozenten, die aus dem Universitätsbetrieb kommen, ist die pädagogische Eignung Teil ihres Expertise-Profiles (Professoren u.a.); bei wissenschaftlichen Mitarbeitern assistieren die Lehrstühle die entsprechende Eignung. Die pädagogische Eignung von Mitarbeitern, deren Lehreinsatz bei max. zwei Seminareinheiten liegt, kommt die besondere Expertise nach Angaben der Hochschule aus ihrer täglichen Praxis. Die eingesetzten Mitarbeiter verfügten allesamt über mehrjährige aktive Weiterbildungserfahrung. Dozenten, die aus Verbänden, wissenschaftlich forschenden und entwickelnden Einrichtungen, Agenturen etc. stammen, seien allesamt lehrerfahren. Diese Lehrerfahrung war nach der Darlegung der Studiengangsleitung Grundlage für die Akquise.

In den Präsenzphasen übernimmt die Studiengangsleitung, wie sie selbst aussagt, – neben der Einführung ins Thema und der Moderation der Einzelthemen – die Betreuung der Studierenden (Fragen zu den Modulabschlüssen, vertiefende Literatur, Kooperationsvermittlung, rechtszeitige Vorbereitung auf das Thema der Master-Arbeit etc.). Ausnahmslos jede Lehrveranstaltung wird, wie die Studiengangsleitung berichtet, vor Ort durch eine Tutorin betreut, die als Ansprechpartnerin für Studierende wie Dozenten über die Dauer der kompletten Lehrveranstaltung anwesend ist. Eine rein fachliche Betreuung durch Tutoren bildet im vorliegenden Studiengang im Marketing-Modul die Ausnahme und wird auch nur über den Zeitraum von 4-6 Wochen durch einen Doktoranden wahrgenommen, der die Studierenden auf der Online-Plattform durch das Nacharbeiten der Studienbriefe begleitet und für fachliche Fragen zur Verfügung steht. Auf der Lernplattform findet die Betreuung in Form von Gruppenforen und Chats statt. Grundsätzlich gilt nach dem Wortlaut der Hochschule für alle Beteiligten, dass Anfragen seitens der Studierenden innerhalb von 24 Stunden beantwortet werden. Dieses »Service-Level« sei nur in ganz wenigen Fällen – eher in Momenten technischer Pannen wie Serverausfall o.ä. – nicht eingehalten worden.

Bewertung:

Die Struktur und Anzahl des Lehrpersonals korrespondieren, auch unter Berücksichtigung der Mitwirkung in anderen Studiengängen und Fakultäten sowie im Falle hochschulexterner Dozenten in Bezug auf ihre Beschäftigung in ihren spezifischen Berufsfeldern, mit den Anforderungen des Studienganges. Sie entsprechen den nationalen Vorgaben. Die Gutachter haben sich bei der Durchsicht der Lebensläufe sowie während der Gespräche mit den Lehrenden von der wissenschaftlichen und didaktischen Qualifikationen des Lehrpersonals überzeugen können, die ebenfalls den nationalen Vorgaben entsprechen. Das Lehrmaterial wurde von einer ausreichenden Zahl von Lehrenden/Lehrbriefautoren erstellt, die fachlich ausgewiesen sind. Das eingesetzte Lehrpersonal ist überwiegend kontraktuell mit dem Studienangebot verbunden. Die interne Kooperation und Koordination zur Abstimmung der Module untereinander und insgesamt ist gewährleistet. Den Gutachtern ist jedoch aufgefallen, dass ihrer Einschätzung nach die Schnittstellen innerhalb der internen Kooperation nicht klar definiert sind und die Kooperation unter den Lehrenden ihrer Ansicht nach, beispielsweise durch regelmäßige Treffen und Absprachen, verbesserungswürdig ist. Besonders beeindruckt haben sich die Gutachter von den Praxiskenntnissen des Lehrpersonals gezeigt. Die zahlreichen externen Lehrkräfte stammen aus namhaften Unternehmen und wissenschaftlichen Einrichtungen. Im Gespräch äußerten sich die Studierenden sehr fasziniert von den Vorträgen externer Dozierender. Den Angaben der Studierenden zufolge finden die theoretisch erworbenen Kenntnisse stets praktische Anwendung oder werden an Beispielen aus

der Praxis ausgeführt. Die Gutachter bewerten daher die Praxiskenntnisse des Lehrpersonals mit „übertroffen“.

Die Betreuung der Studierenden durch die Online-Plattform ist fester Bestandteil der Dienstleistung des Lehrpersonals und der Studiengangsleitung und wird zuverlässig erbracht, wie die Gutachter im Dialog mit den Studierenden in Erfahrung bringen konnten. Bei Fragen erhalten die Studierenden innerhalb eines Tages Antworten und werden darüber hinaus in den Präsenzphasen durch die Studiengangsleitung in akademischen und damit verbundenen Fragen unterstützt.

		Exzellent	Qualitätsanforderung übertroffen	Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	n.b. ¹ n.r. ³
4.2	Lehrpersonal des Studienganges			x		
4.2.1*	Struktur und Anzahl des Lehrpersonals in Bezug auf die curricularen Anforderungen			x		
4.2.2*	Wissenschaftliche Qualifikation des Lehrpersonals			x		
4.2.3	Pädagogische / didaktische Qualifikation des Lehrpersonals			x		
4.2.4	Praxiskenntnisse des Lehrpersonals		x			
4.2.5	Tutoren im Präsenzunterricht					n.r.
4.2.6	Interne Kooperation			x		
4.2.7	Betreuung der Studierenden durch Lehrpersonal			x		

4.3 Studiengangsmanagement

Wie die Hochschule ausführt, ist zur Sicherstellung eines störungsfreien Studienablaufs die Studiengangsleitung verantwortlich. Folgende Aufgaben erbringt sie im Rahmen des vorliegenden Studienganges in ihrem Amt:

- Kommunikation mit den Studierenden,
- Unterrichtsvorbereitungen mit den Dozenten und den sonstigen Mitarbeitern,
- Koordination des Unterrichtsbetriebs,
- Bereitstellung von Lehrmaterialien,
- Nachbereitung von Präsenzphasen,
- Sicherung des technischen Supports für die Online-Phasen,
- Beobachtung und Kontrolle der Online-Beteiligung der Studierenden,
- Sicherung der Online-Betreuung durch die Dozenten,
- Herstellung von Transparenz bezüglich der Bewertungskriterien für die Beurteilung der Modulabschlussarbeiten,
- Sicherstellung eines reibungslosen Ablaufs der Verwaltungsangelegenheiten,
- Organisation der Verteidigung der Master-Arbeit und Verleihung der Master-Urkunden,
- Kontaktpflege zu den Alumni des Studienganges sowie
- Akquise und Unterstützung von Veröffentlichungsoptionen für Master-Arbeiten.

Überdies erfüllt die Studiengangsleitung in Zusammenarbeit mit der Wissenschaftlichen Leitung die weiteren Aufgaben:

- Betreuung der Master-Arbeiten,
- Vorbereitung der turnusgemäßen Treffen des Studienbeirats sowie
- Einschätzung über den Grad der Erreichung der angestrebten Lernprozesse.

Im Rahmen der Studienbetreuung gibt es nach Angaben der Hochschule keine Berührungspunkte zwischen Verwaltungspersonal und Studierenden bzw. Verwaltungs- und Lehrpersonal.

Insbesondere bei Studierenden, deren erster Studienabschluss schon mehrere Jahre zurück liegt, entwickelt die Studiengangsleitung nach eigenen Ausführungen gemeinsam mit den Studierenden individuell angemessene Lernstrategien, wie die Festlegung von Zwischenzielen, realistische Planung von Lernzeiten etc.. Wie die Studiengangsleitung betont, steht sie ohne die Einschränkung fester Sprechzeiten für individuelle Beratung und Unterstützung zur Verfügung.

Wie die Studiengangsleitung mitteilt, ist ein Beratungsgremium (Studienbeirat) eingerichtet und die konstituierende Sitzung bereits erfolgt. Das Gremium besteht aus Lehrenden des vorliegenden Studienganges und tritt mindestens zwei Mal pro Jahr zusammen, um den Bericht der Wissenschaftlichen Leitung und der Studiengangsleitung zu diskutieren.

Bewertung:

Die Gutachter haben während der Begutachtung von Ort feststellen können, dass Ablauforganisation und Entscheidungsprozesse, -kompetenzen und -verantwortlichkeiten festgelegt sind und entsprechend umgesetzt werden. Die Dozierenden sind bei den Entscheidungsprozessen, welche ihre Tätigkeitsbereiche betreffen, einbezogen. Die Evaluation durch die Studierenden beschließt das jeweilige Modul.

Darüber hinaus konnten sich die Gutachter von dem hohen Engagement der Studiengangsleitung überzeugen. Sie koordiniert die Abläufe aller im Studiengang Mitwirkenden und trägt Sorge für einen störungsfreien Ablauf des Studienbetriebes. Es besteht eine systematische fernunterrichtsspezifische Studienbetreuung.

Die Gutachter begrüßen das Vorhandensein eines Beirats. Regelungen über die Struktur und Befugnisse bestehen und sind transparent. Aufgrund der großen Anzahl externer Lehrkräfte erachten die Gutachter die Aufnahme externer Lehrkräfte, auch derjenigen die nicht in den Lehrbetrieb des Studienganges eingebunden sind, in den Beirat für die Hochschule selbst als förderlich, da diese aus einer auswärtigen und praxisbezogenen Perspektive heraus für die Hochschule nützliche Aspekte und Impulse einbringen könnten.

		Exzellent	Qualitätsanforderung übertroffen	Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	n.b. ¹ n.r. ³
4.3	Studiengangsmanagement			x		
4.3.1	Ablauforganisation für das Studiengangsmanagement und Entscheidungsprozesse			x		
4.3.2	Studiengangsleitung			x		
4.3.3*	Verwaltungsunterstützung für Studierende und das Lehrpersonal			x		
4.3.4	Beratungsgremien (Beirat) und dessen Struktur und Befugnisse			x		

4.4 Dokumentation des Studienganges

Relevante Informationen für Bewerber und Studierende sind auf den Internetseiten der TU Berlin Science Marketing einsehbar und werden laut eigenen Angaben regelmäßig aktualisiert. Über Menüpunkte gelangen die Interessenten des Studienganges zu Auskünften bezüglich Curriculum, Zielgruppe, Themen und Module, Dozenten, Master-Arbeiten und Testimonials von Studierenden. Zudem werden die Informationen alljährlich in einem Flyer zusammengefasst. Der Studiengang wird überdies in einem aktuellen Vorlesungsverzeichnis ausgeschrieben. Die Anforderungen an die Studierenden und die Regularien des Studienverlaufs und der Prüfungen werden den Bewerbern vor der Abgabe ihrer Zusage zur Studienteilnahme in einem Gespräch mit der Studiengangsleitung vermittelt. Die Veranstaltungstage sind für das gesamte Studium festgelegt, so dass die Teilnehmer Planungssicherheit für den gesamten Zeitraum haben. Die aktuelle Übersicht über die Module und der Zeitraum, in dem die Modulabschlussleistungen erbracht werden müssen, erhalten die Studierenden spätestens 10 Tage vor Beginn des Moduls. Der Zeitpunkt der Verteidigung der Master-Arbeit wird den Kandidaten sechs Monate im Voraus bekannt gemacht.

Die Aktivitäten im Studiengang werden nach Darlegungen der Studiengangsleitung dokumentiert und im Studiengangsbeirat und im Aufsichtsrat der TU Berlin Science Marketing vorgetragen. In der Zeitschrift »TU Intern« werden, wie die TU Berlin ausführt, regelmäßig Berichte und Interviews mit Alumni aus u.a. dem vorliegenden Studiengang veröffentlicht. Auf der Homepage des Studienganges dokumentiert die Hochschule ihren Ausführungen nach die Master-Arbeitsthemen eines jeden Jahrgangs und bietet regelmäßig Optionen zum Gasthören an. Der Jahresbericht des Studienganges ist Bestandteil des Jahresberichtes der TU Berlin Science Marketing, der dem Aufsichtsrat vorgestellt wird.

Bewertung:

Die Anforderungen hinsichtlich Studiengang, Studienverlauf und Prüfungen sind u.a. durch den Internetauftritt der Universität und die Informationsbroschüre bekannt. Die Aktivitäten im Studienjahr werden dokumentiert und regelmäßig in einem Jahresbericht veröffentlicht.

Die Gutachter konnten sich davon überzeugen, dass die Studierenden durch fachliche und überfachliche Beratung unterstützt werden: Vor Abgabe ihrer Zusage werden sie in einem persönlichen Gespräch mit der Studiengangsleitung mit den Regularien vertraut gemacht. Die Gutachter regen allerdings in diesem Zusammenhang an, die zugänglichen Informationen um weitere studienspezifische Informationen, wie den für einen Studierenden geschätzten Zeitaufwand und die stärkere Herausstellung der besonderen Merkmale des Fernstudienformats zu erweitern, da der geschätzte erforderliche Zeitaufwand gerade für Berufstätige von hoher Bedeutung ist (vgl. Kapitel 2).

		Exzellent	Qualitätsanforderung übertroffen	Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	n.b. ¹ n.r. ³
4.4	Dokumentation des Studienganges			x		
4.4.1*	Beschreibung des Studienganges			x		
4.4.2	Dokumentation der Aktivitäten im Studienjahr			x		

4.5 Lerninfrastruktur

Für den Master-Studiengang Wissenschaftsmarketing stehen im Institut für Betriebswirtschaftslehre, Lehrstuhl Marketing I zwei Seminarräume zur Verfügung. Die Räume und Zugänge sind durch einen Aufzug barrierefrei erreichbar. Der größere Hauptseminarraum bietet Platz für bis zu 40 Studierende und ist mit ergonomischen Stühlen ausgestattet; er verfügt über einen fest eingebauten Beamer und eine versenkbare Leinwand. WLAN sichert den Internetzugang. Für die Veranstaltungen des Studienganges steht ein Präsentations-Laptop zur Verfügung. Zur weiteren Ausstattung gehören laut der Studiengangsleitung ein Präsentationskoffer, zwei Flip-Charts, zwei Pinnwände und ein Overhead-Projektor. Die Präsenzphasen des Fernstudienformats sind für die Zeit von 9.00 bis 17.00 Uhr angesetzt und überschneiden sich mit dieser Zeiteinteilung nicht mit den Veranstaltungen des Abendstudienanges. Offene Seminare und die Verleihung der Master-Urkunden finden nach Erläuterungen der Hochschule im Senatssitzungssaal der TU Berlin oder in den Vortragssälen des TU-Partners T-Labs statt. Zu besonderen Anlässen werden nach Aussagen der Hochschule auch die Räume der Deutschen Physikalischen Gesellschaft genutzt. Die Studiengangsleitung selbst verfügt über zwei voll ausgestattete Büroräume. Die angemessenen virtuellen Studienbedingungen wurden durch eine studiengangsgerechte Adaption des Open Source Programms Moodle sichergestellt.

Grundsätzlich ist den Studierenden der TU Berlin der Zugang zu allen Universitätsbibliotheken der Stadt, insbesondere zur eigenen Zentralbibliothek möglich (Volkswagen Bibliothek). Die Öffnungszeiten der Zentralbibliothek sind Montag bis Freitag von 9.00 bis 22.00 Uhr und Samstag von 10.00 bis 18.00 Uhr. Sie umfasst 957 Arbeitsplätze, 300 Internetarbeitsplätze für Katalog und fachliche Internetrecherchen, 10 behindertengerecht eingerichtete Arbeitsplätze; außerdem einen umfangreichen Service für Bedürfnisse von Menschen mit Behinderungen. 26 Multimediaarbeitsplätze, 211 Lesetische mit Notebookanschlüssen sowie 64 Gruppenräume können überdies genutzt werden. Des Weiteren sind spezielle Buchscanner vorhanden. Die Lehrbuchsammlung ist für alle Studierenden nutzbar. Seit Beginn des Studienganges wurde zusätzlich im Institut mit dem Aufbau einer Handbibliothek mit dem Fokus auf die Einzelmodule und die Gesamthematik Wissenschaftsmarketing, -management und -kommunikation begonnen. Die Bibliothek umfasst, wie die Studiengangsleitung ausführt, gebundene Texte, Handbücher und Manuskripte. Darüber hinaus wurden zu den Einzelthemen der Module 22 Studienbriefe eigens für den Studiengang verfasst. Auch die relevanten Zeitschriften und Periodika sind nach Angaben der Studiengangsleitung abonniert und stehen den Studierenden zur Verfügung. Die Literaturservices der wissenschaftlichen Verbünde stellen auf Anfrage laut der Hochschule nahezu ausnahmslos ihre Publikationen kostenfrei zur Verfügung. Die TU Berlin pflegt studiengangsspezifische Literaturdatenbanken, die Nutzung ist in der Regel kostenfrei. Die Literatur, die die Studierenden benötigen, um die Lernziele der Einzelmodule zu erreichen, wird nach Darlegungen der Studiengangsleitung vollständig jeweils vor Beginn des neuen Moduls entweder digital auf der Plattform oder/und in gebundener Form zur Verfügung gestellt.

Bewertung:

Die Gutachter haben sich davon überzeugen können, dass die Quantität und Qualität sowie die Media- und IT-Ausstattung der Unterrichtsräume den für den Studienbetrieb beschriebenen Notwendigkeiten entsprechen. Die Studierenden haben in ihren Seminarräumen WLAN Zugang, so dass sie bei Bedarf jederzeit während der Veranstaltungsphasen auf das Internet zugreifen können. Die Räume und Zugänge sind behindertengerecht ausgestattet und barrierefrei erreichbar.

Neben den Bibliotheken der TU Berlin hat die TU Berlin Science Marketing eine Handbibliothek eigens für den vorliegenden Studiengang eingerichtet. Der Online-Zugang zur Fachlite-

ratur ist überdies gewährleistet. Wie die Studierendengespräche ergaben, war der Zugriff zu der für den Studiengang notwendigen Literatur stets gewährleistet. Die Präsenzzeiten des Studienganges stimmen mit den Öffnungszeiten der Zentralbibliothek überein, so dass die Studierenden bei Bedarf während der Präsenzphasen, oder aber anschließend, den Service der Bibliothek nutzen können.

Die Studiengangsleitung entwickelt mit den Studierenden individuell angemessene Lernstrategien. Unter den privilegierten Bedingungen des Studienganges im Hinblick auf die Begrenzung der Teilnehmerzahl auf max. 25 Studierende sehen die Gutachter die Unterstützungsmöglichkeiten der Studierenden als gegeben an.

		Exzellent	Qualitätsanforderung übertroffen	Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	n.b. ¹ n.r. ³
4.5	Lerninfrastruktur			x		
4.5.1*	Gebäude, materiell-technische und IT-Infrastruktur			x		
4.5.2	Arbeits- und Lernumgebung			x		
4.5.3	Studierendenbetreuung			x		
4.5.4	Online-Zugang zur Fachliteratur			x		

4.6 Zusätzliche Dienstleistungen

Die Einführung eines Placement Service hat sich nach Ansicht der Hochschule bislang als nicht erforderlich erwiesen. Die Studiengangsleitung ist jedoch nach eigenen Angaben für die Studierenden Ansprechpartner, wenn es darum geht, mögliche Karriereoptionen, die den künftigen Absolventen offen stehen, zu prüfen und zu bewerten. Absolventennachfragen von wissenschaftlichen Einrichtungen reicht die Studiengangsleitung, wie sie sagt, auf dem allgemeinen Rundmailweg weiter.

Bei Problemen nicht-fachlicher Art sieht es die Studiengangsleitung generell als ihre Aufgabe an, erster Ansprechpartner für die Studierenden zu sein. Sie macht die Studierenden nach eigenen Angaben mit den Einrichtungen der TU Berlin bekannt, die zu festgelegten Zeiten kompetente Beratungen, z.B. psychologische Beratung, Studienberatung und Coaching, Studieren mit Kind und bei Prüfungsängsten, anbieten.

Der vorliegende Studiengang ist Teil des Alumni-Programmes der TU Berlin, das vom Alumni-Team der Kommunikationsabteilung betreut wird. Zu den Angeboten gehören ein Online-Alumni-Netzwerk und ein regelmäßig erscheinendes Magazin. Die Alumni-Ansprache erfolgt zweigleisig mit einem nationalen und einem internationalen Programm. Der vorliegende Studiengang ergänzt diese offiziellen Programme nach Angaben der Hochschule durch eine persönlichere Ansprache und Einbindung. So würden die Alumni regelmäßig zu den Offenen Seminaren des Studienganges eingeladen, nähmen an Workshops teil und hätten die Möglichkeit, alle Seminare der laufenden Jahrgänge zu besuchen. Ferner beabsichtigt die Hochschule, jährlich zwei Veranstaltungen zu etablieren, die ein prominentes Thema der wissenschaftspolitischen Agenda zum Thema haben sollen, zu dem neben Studierenden auch Alumni geladen werden sollen. Das von der TU Berlin Science Marketing veranstaltete Symposium „Exzellenz zeigen! Erstes Berliner Symposium zum Wissenschaftsmarketing“ wird von der Hochschule als ideale Gelegenheit zum Auftakt für eine umfassendere Alumni-Arbeit wahrgenommen.

Bewertung:

Die Gutachter halten das Angebot einer intensiven Karriereberatung für die Studierenden des vorliegenden Studienganges für nicht relevant. Die Studierenden dieses Studienganges sind mit wenigen Ausnahmen (z.B. Mütter nach der Elternzeit) berufstätig oder haben nach Angaben der Hochschule noch während des Studiums eine Anstellung gefunden. Die Betreuung und Sozialberatung sind hingegen fester Bestandteil der Dienstleistung der Hochschule und werden regelmäßig angeboten.

Es besteht eine Alumni-Organisation der TU Berlin mit dem Ziel, ein Netzwerk unter den Absolventen aufzubauen. Die Gutachter empfehlen der Studiengangsleitung, einen eigenen, studiengangsspezifischen Alumni-Verein über das Alumni-Netzwerk der TU Berlin hinaus zur gezielten Ansprache der Absolventen einzurichten.

		Exzellent	Qualitätsanforderung übertroffen	Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	n.b. ¹ n.r. ³
4.6	Zusätzliche Dienstleistungen			x		
4.6.1	Karriereberatung und Placement Service					n.r.
4.6.2	Alumni-Aktivitäten			x		
4.6.3	Sozialberatung und -betreuung der Studierenden			x		

5 Qualitätssicherung

Für den Aufbau des Managementsystems ist nach Aussage der Studiengangsleitung unter Leitung des 1. Vizepräsidenten eine Steuerungsgruppe eingerichtet worden, bestehend aus den Studiendekanen, die ihrerseits in jeder Fakultät für jeden Studiengang einen Verantwortlichen zu ihrer Unterstützung haben sowie Vertretern der Abt. I, der Kommission für Lehre und Studium und der Studierenden. Für die operativen Prozesse wurde eine eigene Gruppe unter Leitung der Kanzlerin gebildet, zu der Vertreter der Fakultätsverwaltungen/Referate für Studium und Lehre hinzuzuziehen sind. Die regelmäßigen Berichte der Fakultäten über die durchgeführten Maßnahmen und deren Umsetzungserfolg sind laut Hochschule Gegenstand der Bewertung durch das Controlling und gehen in die Zielvereinbarungen mit den Fakultäten ein. Wie die Hochschule vorträgt, durchlaufen neue oder geänderte Studien- und Prüfungsordnungen zur Qualitätssicherung an der TU Berlin unterschiedliche Instanzen.

Die Qualitätssicherung der Studiengänge soll, so die Hochschule, berufliche Startchancen der Absolventen auf Dauer auf hohem Niveau halten und zur Qualitätsverbesserung des Studienangebots beitragen. Die TU Berlin bedient sich zur Qualitätssicherung dreier Instrumente: Qualitätsmanagement, Qualitätssicherung Studienprogramme und Evaluation. Der vorliegende Studiengang nimmt mit Ausnahme des Qualitätsmanagements an den anderen beiden Arbeitsbereichen teil. Im Rahmen der Qualitätssicherung Studienprogramme werden auf der Grundlage einer von der TU Eindhoven entwickelten Systematik regelmäßig leitfadengestützte Interviews mit den Lehrenden, Befragungen der Studierenden wie auch Befragungen der Absolventen durchgeführt. Nach jedem Schritt gibt es eine Rückkopplung in Form eines auswertenden Berichtes. Eine systematische Befragung der Arbeitgeber und weiterer Dritter wurde noch nicht durchgeführt; sie wird Teil eines geplanten Forschungsprojekts sein. Nach Angaben der Hochschule haben sich aus den Auswertungen der Evaluationen der Studierenden zum Teil signifikante Veränderungen in der Studienstruktur und in der Zusammensetzung des Dozententeams ergeben.

Bewertung:

Die Gutachter konnten im Gespräch mit der Studiengangsleitung und mit den Mitarbeitern in der Hochschulverwaltung in Erfahrung bringen, dass die Hochschule Qualitätsziele für die Entwicklung von Studiengängen formuliert hat und ihre Umsetzung regelmäßig überprüft. Die Verantwortlichkeiten sind klar benannt. Es besteht, wie die Gutachter erkennen konnten, ein Qualitätssicherungs- und -entwicklungsverfahren, das systematisch für eine kontinuierliche Überwachung und Weiterentwicklung der Qualität in Bezug auf Inhalte, Prozesse und Ergebnisse genutzt wird. In diesem Zusammenhang bemängeln die Gutachter jedoch, dass die Qualitätssicherung sich auf die Evaluierung konzentriert. Den Einsatz weiterer Qualitätssicherungsinstrumente würden die Gutachter begrüßen.

Die Gutachter schätzen die regelmäßig durchgeführte Evaluierung durch die Studierenden nach einem Beispiel der TU Eindhoven. Die Ergebnisse werden überdies kommuniziert, in einem Bericht festgehalten und finden Eingang in den Prozess der Qualitätsentwicklung. Mit Blick auf die Qualitätssicherung durch das Lehrpersonal sehen die Gutachter die Qualitätsanforderungen jedoch nicht als erfüllt an. Eine Qualitätssicherung durch die Lehrenden nach einem festgelegten Verfahren findet nicht statt. Entsprechendes gilt für die Fremdevaluation. Zwar werden Alumni auf informelle Art und Weise in die Evaluierung einbezogen, Arbeitgeber und weitere Dritte werden hingegen nicht befragt.

		Exzellent	Qualitätsanforderung übertroffen	Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	n.b. ¹ n.r. ³
5.	Qualitätssicherung					
5.1	Qualitätssicherung und -entwicklung der Hochschule und das Zusammenwirken zwischen Hochschulleitung und Fakultät/Fachbereich sowie Studiengangsleitung in der Studiengangsentwicklung			x		
5.2*	Qualitätssicherung und -entwicklung des Studienganges in Bezug auf Inhalte, Prozesse und Ergebnisse			x		
5.3	Instrumente der Qualitätssicherung			x		
5.3.1	Evaluation durch Studierende			x		
5.3.2	Qualitätssicherung durch das Lehrpersonal				x	
5.3.3	Fremdevaluation durch Alumni, Arbeitgeber und weitere Dritte				x	

Qualitätsprofil

Hochschule: Technische Universität Berlin

Master-Fernstudiengang: Wissenschaftsmarketing (M.Sc.)

Beurteilungskriterien

Bewertungsstufen

		Exzellent	Qualitäts- anforderung übertroffen	Qualitäts- anforderung erfüllt	Qualitäts- anforderung nicht erfüllt	n.b. ¹ n.r. ³
1. Strategie und Ziele						
1.1.	Zielsetzungen des Studienganges			x		
1.1.1*	Logik und Nachvollziehbarkeit der Zielsetzung des Studiengangskonzeptes			x		
1.1.2	Begründung der Abschlussbezeichnung			Auflage		
1.1.3	Studiengangsprofil (nur relevant für Master-Studiengang in D)			x		
1.1.4*	Studiengang und angestrebte Qualifikations- und Kompetenzziele			x		
1.2	Positionierung des Studienganges			x		
1.2.1	Positionierung im Bildungsmarkt			x		
1.2.2	Positionierung im Arbeitsmarkt im Hinblick auf Beschäftigungsrelevanz („Employability“)			x		
1.2.3	Positionierung im strategischen Konzept der Hochschule			x		
1.3	Internationale Dimension des Studienganges				x	
1.3.1	Internationale Ausrichtung der Studiengangskonzeption					n.r.
1.3.2	Internationalität der Studierenden				x	
1.3.3	Internationalität der Lehrenden			x		
1.3.4	Internationale Inhalte				x	
1.3.5	Interkulturelle Inhalte				x	
1.3.6	Strukturelle und/oder Indikatoren für Internationalität				x	
1.3.7	Fremdsprachenanteil				x	
1.4	Kooperationen und Partnerschaften			x		
1.4.1	Kooperationen mit Hochschulen und anderen wissenschaftlichen Einrichtungen bzw. Netzwerken		x			
1.4.2	Kooperationen mit Wirtschaftsunternehmen und anderen Organisationen			x		
1.5	Geschlechtergerechtigkeit und Chancengleichheit			x		
2 Zulassung (Bedingungen und Verfahren)						
2.1	Studierendenberatung			x		
2.2	Zulassungsbedingungen			Auflage		
2.3	Auswahlverfahren (falls vorhanden)			x		
2.4*	Berufserfahrung (* für weiterbildenden Master-Studiengängen)			x		
2.5	Gewährleistung der Fremdsprachenkompetenz					n.r.

		Exzellent	Qualitäts- anforderung übertroffen	Qualitäts- anforderung erfüllt	Qualitäts- anforderung nicht erfüllt	n.b. ¹ n.r. ³
2.6*	Transparenz und Nachvollziehbarkeit des Zulassungsverfahrens			x		
2.7*	Transparenz der Zulassungsentscheidung			x		
3.	Konzeption des Studienganges					
3.1	Struktur			x		
3.1.1	Struktureller Aufbau des Studienganges (Kernfächer / ggf. Spezialisierungen (Wahlpflichtfächer) / weitere Wahlmöglichkeiten / Praxiselemente)			x		
3.1.2*	Berücksichtigung des „European Credit Transfer and Accumulation Systeme (ECTS)“ und der Modularisierung			Auflage		
3.1.3*	Studien- und Prüfungsordnung			Auflage		
3.1.4*	Studierbarkeit			x		
3.2	Inhalte			x		
3.2.1*	Logik und konzeptionelle Geschlossenheit des Curriculums			x		
3.2.2	Fachliche Angebote in Kernfächern			x		
3.2.3	Fachliche Angebote in Spezialisierungen (Wahlpflichtfächer)					n.r.
3.2.4	Fachliche Angebote in den Wahlmöglichkeiten der Studierenden (falls zutreffend)					n.r.
3.2.5	Integration von Theorie und Praxis		x			
3.2.6	Interdisziplinarität			x		
3.2.7	Methoden und wissenschaftliches Arbeiten			x		
3.2.8	Wissenschaftsbasierte Lehre			x		
3.2.9	Prüfungsleistungen			x		
3.2.10	Abschlussarbeit			x		
3.3	Überfachliche Qualifikationen			x		
3.3.1	Kompetenzerwerb für anwendungs- und/oder forschungsorientierte Aufgaben (nur bei Master-Studiengang)		x			
3.3.2	Bildung und Ausbildung			x		
3.3.3	Ethische Aspekte			x		
3.3.4	Führungskompetenz			x		
3.3.5	Managementkonzepte			x		
3.3.6	Kommunikationsfähigkeit und Rhetorik		x			
3.3.7	Kooperations- und Konfliktfähigkeit			x		
3.4	Didaktik und Methodik			x		
3.4.1	Logik und Nachvollziehbarkeit des didaktischen Konzeptes			x		
3.4.2	Methodenvielfalt			x		
3.4.3	Fallstudien / Praxisprojekt			x		
3.4.4	Begleitende Lehrveranstaltungsmaterialien			x		
3.4.5	Gastreferenten			x		
3.5*	Berufsbefähigung			x		

		Exzellent	Qualitäts- anforderung übertroffen	Qualitäts- anforderung erfüllt	Qualitäts- anforderung nicht erfüllt	n.b. ¹ n.r. ³
4.	Ressourcen und Dienstleistungen					
4.1	Finanzplanung und Finanzierung des Studienganges			x		
4.1.1*	Logik und Nachvollziehbarkeit der Finanzplanung			x		
4.1.2	Finanzielle Grundausstattung			x		
4.1.3*	Finanzierungssicherheit für den Studiengang			x		
4.2	Lehrpersonal des Studienganges			x		
4.2.1*	Struktur und Anzahl des Lehrpersonals in Bezug auf die curricularen Anforderungen			x		
4.2.2*	Wissenschaftliche Qualifikation des Lehrpersonals			x		
4.2.3	Pädagogische / didaktische Qualifikation des Lehrpersonals			x		
4.2.4	Praxiskenntnisse des Lehrpersonals		x			
4.2.5	Tutoren im Präsenzunterricht					n.r.
4.2.6	Interne Kooperation			x		
4.2.7	Betreuung der Studierenden durch Lehrpersonal			x		
4.3	Studiengangsmanagement			x		
4.3.1	Ablafsorganisation für das Studiengangsmanagement und Entscheidungsprozesse			x		
4.3.2	Studiengangsleitung			x		
4.3.3*	Verwaltungsunterstützung für Studierende und das Lehrpersonal			x		
4.3.4	Beratungsgremien (Beirat) und dessen Struktur und Befugnisse			x		
4.4	Dokumentation des Studienganges			x		
4.4.1*	Beschreibung des Studienganges			x		
4.4.2	Dokumentation der Aktivitäten im Studienjahr			x		
4.5	Lerninfrastruktur			x		
4.5.1*	Gebäude, materiell-technische und IT-Infrastruktur			x		
4.5.2	Arbeits- und Lernumgebung			x		
4.5.3	Studierendenbetreuung			x		
4.5.4	Online Zugang zur Fachliteratur			x		
4.6	Zusätzliche Dienstleistungen			x		
4.6.1	Karriereberatung und Placement Service					n.r.
4.6.2	Alumni Aktivitäten			x		
4.6.3	Sozialberatung und -betreuung der Studierenden			x		

		Exzellent	Qualitäts- anforderung übertroffen	Qualitäts- anforderung erfüllt	Qualitäts- anforderung nicht erfüllt	n.b. ¹ n.r. ³
5.	Qualitätssicherung					
5.1	Qualitätssicherung und -entwicklung der Hochschule und das Zusammenwirken zwischen Hochschulleitung und Fakultät/Fachbereich sowie Studiengangsleitung in der Studiengangs-entwicklung			x		
5.2*	Qualitätssicherung und -entwicklung des Studienganges in Bezug auf Inhalte, Prozesse und Ergebnisse			x		
5.3	Instrumente der Qualitätssicherung			x		
5.3.1	Evaluation durch Studierende			x		
5.3.2	Qualitätssicherung durch das Lehrpersonal				x	
5.3.3	Fremdevaluation durch Alumni, Arbeitgeber und weitere Dritte				x	