

Akkreditierungsbericht

Masterstudiengang Consumer Science

Allgemeine Angaben

Organisatorische Zuordnung: TUM School of Management

Abschlussgrad: Master of Science (M. Sc.)

Regelstudienzeit und CP: 4 Fachsemester und 120 Credit Points (CP)

Studienform: Vollzeit, Präsenzstudiengang

Zulassung: Eignungsverfahren (EV - Master)

Starttermin: Wintersemester (WiSe) 2018/2019

Sprache: Englisch

Hauptstandort: München, Weihenstephan (Freising)

Zusätzliche Informationen:

Akkreditierungsart: Reakkreditierung

Verfahren der Siegelvergabe

Die TUM hat sich ein QM-System gegeben, mit dem alle qualitätsrelevanten Aspekte der Organisation zielgerichtet gesteuert und optimiert werden. Es stellt sicher, dass die Ziele der TUM erreicht, die Interessen ihrer Stakeholder berücksichtigt und externe Anforderungen erfüllt werden.

Das QM-System folgt damit der Vorstellung von Hochschulmanagement als aktiver Steuerung, mit dem zentralen Ziel, attraktive, anspruchsvolle und international kompetitive Studienangebote zu entwerfen, zu implementieren und weiterzuentwickeln, welche die Studierenden, die angestrebten Kompetenzziele und die Qualität der Ausbildung ins Zentrum stellen.

Das QM-System der TUM wurde im Rahmen der [Systemakkreditierung](#) am 26.06.2020 reakkreditiert. Die Akkreditierung ist gültig bis zum 30.09.2028.

Die Siegelvergabe erfolgt an der TUM durch den akademischen Senat auf Basis der Studiengangsdokumentation, der Fachstudien- und Prüfungsordnung sowie den Modulbeschreibungen des jeweiligen Studiengangs. Diese Dokumente werden im Rahmen der Entwicklung eines Studiengangs erstellt und im Rahmen der Weiterentwicklung fortgeführt. Sie dienen auch der Überprüfung der Einhaltung interner und rechtlicher Anforderungen und sind öffentlich zugänglich. Die Überprüfung erfolgt durch den Arbeitsbereich Studium und Lehre Qualitätsmanagement des TUM Center for Study and Teaching (TUM CST – SL QM) unter Einbeziehung des Arbeitsbereichs Studium und Lehre Recht des TUM Center for Study and Teaching.

Start des Prozesses ist die initiale Idee zu einem Studienangebot, die in einer Konzeptskizze festgehalten wird. Danach erfolgt eine Prüfung durch das Hochschulpräsidium, inwieweit das mögliche Studienangebot in das Portfolio der TUM passt. Anschließend kann anlassbezogen ein Professional Profile Committee einberufen werden, in dem externe Expertinnen und Experten künftige Entwicklungen und die Auswirkungen langfristiger Trends auf das jeweilige Themengebiet antizipieren. Unter Einbeziehung dieser Beiträge entwickelt die zuständige School den Studiengang und folgt dabei konsequent den Entwicklungsschritten Zielsetzung und Qualifikationsprofil und leitet daraus den Aufbau des Studiengangs ab. Weiterhin werden der Bedarf, die Wettbewerbssituation sowie die geforderten Voraussetzungen beschrieben. Ergänzt wird die Studiengangsdokumentation durch Modulbeschreibungen, die dem constructive alignment folgen und auf die jeweiligen Lernergebnisse ausgerichtet sind. Die in der Studiengangsdokumentation beschriebenen Aspekte der Prüfungen und des Studienablaufs werden mit der FPSO rechtsverbindlich festgeschrieben. Die Erstakkreditierung erfolgt i. d. R. in Form einer Konzeptakkreditierung bei der Einrichtung des Studiengangs.

Aus den eingesetzten regelmäßigen Evaluationsinstrumenten werden nach Aufnahme des Studienbetriebs Informationen für das Monitoring der Studiengänge erhoben und bei Bedarf in Maßnahmen überführt. Im Rahmen der Instrumente wird regelmäßig die Sicht der Studierenden sowie externer Expertinnen und Experten einbezogen.

Eine zusammenfassende Bewertung wird im Akkreditierungsbericht abgebildet.

Eine Akkreditierung erfolgt an der TUM für längstens fünf Jahre. Spätestens zum Ablauf dieses Zeitraums wird jeder Studiengang vom TUM CST – SL QM auf seine Regelkonformität und vom HSP auf seine Zielsetzung hin überprüft. Bei positivem Prüfergebnis wird dem Senat eine Reakkreditierung vorgeschlagen.

Kurzprofil des Studiengangs Consumer Science (M.Sc.)

Klimakrise, Rohstoffmangel oder Digitalisierung: Prägende Entwicklungen unserer Zeit haben einen erheblichen Einfluss auf das Verbraucherverhalten. Studierende des englischsprachigen Studiengangs Consumer Science (M.Sc.) lernen, Art und Wandel des Konsums zu erkennen, zu bewerten und für gesellschaftliche und unternehmerische Problemlösungen nutzbar zu machen.

Der Studiengang nimmt den vollständigen Konsumtionsprozess von der Informationsaufnahme vor der Kaufentscheidung über die Prozesse des Kaufs bis hin zu Nutzung und Entsorgung der Produkte in den Blick. Studierende machen sich mit modernen Methoden der qualitativen und quantitativen Forschung vertraut und lernen, auch große und unstrukturierte Datenmengen für ihre Forschungsinteressen zu nutzen. Sie beschäftigen sich mit der Bedeutung der Digitalisierung von Produkten und Dienstleistungen ebenso wie mit der Rolle technologischer Entwicklungen für nachhaltigen Konsum. Sie analysieren das Verbraucherverhalten im Kontext des Marktgeschehens und der gesellschaftlichen Strukturen und reflektieren seine Rolle vor dem Hintergrund gesellschaftlicher, politischer und wirtschaftlicher Anforderungen. Darüber hinaus bilden sie durch die Wahl eines Management-Schwerpunkts aus den Bereichen Innovation and Entrepreneurship, Management and Marketing oder Economics and Econometrics ein individuelles Qualifikationsprofil aus.

Absolventinnen und Absolventen des Studiengangs sind Expertinnen und Experten für die Analyse von Phänomenen, Ursachen und Konsequenzen des Konsumverhaltens. Sie sind in der Lage, das Verbraucherverhalten auf individueller, wirtschaftlicher und gesellschaftlicher Ebene einzuordnen und Lösungen für Problemstellungen unterschiedlicher Art und Dimension zu entwickeln. Sie sind damit für eine Tätigkeit in der Wissenschaft ebenso hervorragend qualifiziert wie für die Arbeit in Marketing- und Innovationsabteilungen von Unternehmen, in Marktforschungsinstituten oder in der öffentlichen Verwaltung.

Bewertung des Studiengangs (Checksheet)

Studiengangsziele:

§12 (1) / §13 (1) Satz1 / §4

Leitidee, Ausrichtung und Zielsetzung des Studiengangs wurden nachvollziehbar formuliert.

Vorgabe erfüllt. Siehe Kap. 1.1 der Studiengangsdokumentation.

Eine Lehrstrategie ist vorhanden, der Bezug zu ihr dargestellt.

Vorgabe erfüllt. Siehe Kap. 1.2 der Studiengangsdokumentation.

Qualifikationsprofil:

§11 / HQR

Das Qualifikationsprofil wurde outcome-orientiert beschrieben und die Kohärenz mit der Zielsetzung wird deutlich.

Vorgabe erfüllt. Siehe Kap. 2 der Studiengangsdokumentation.

Das Studiengangsniveau wurde berücksichtigt (HQR).

Vorgabe erfüllt. Siehe Kap. 2 der Studiengangsdokumentation.

Zielgruppen:

§5

Zugangsvoraussetzungen wurden beschrieben.

Vorgabe erfüllt. Siehe Kap. 3 der Studiengangsdokumentation sowie §36 der Fachprüfungs- und Studienordnung (FPSO).

Bedarfsanalyse:

§13(1)

Der Bedarf an Absolventinnen und Absolventen für den nationalen und internationalen Arbeitsmarkt wurde plausibel dargelegt und mit geeigneten Quellen begründet und quantifiziert.

Vorgabe erfüllt. Siehe Kap. 4 der Studiengangsdokumentation.

Wettbewerbsanalyse:

§12 (1) / 13 (1)

Eine Wettbewerbsanalyse in der nationalen und internationalen Hochschullandschaft wurde durchgeführt.

Vorgabe erfüllt. Siehe Kap. 5.1 der Studiengangsdokumentation.

Der Studiengang kann vom bestehenden Studienangebot an der TUM abgegrenzt werden (Kannibalisierung, Dopplung ...).

Vorgabe erfüllt. Siehe Kap. 5.2 der Studiengangsdokumentation.
Eine Abgrenzung von TUM-Studiengängen mit verwandtem Profil ist vorhanden.

Organisatorische Zuständigkeiten:

§12 (3,5)

Die organisatorischen Zuständigkeiten sind eindeutig geregelt, angemessen und veröffentlicht.

Vorgabe erfüllt. Siehe Kap. 7 der Studiengangsdokumentation.

Entwicklung:

§14

Die Weiterentwicklung des Studiengangs ist dargestellt.

Siehe Kap. 8 der Studiengangsdokumentation.

Ressourcen:

§12 (2,3)

Die Kernbereiche werden von Professorinnen und Professoren angeboten. Es sind ausreichend Professorinnen und Professoren am Studiengang beteiligt.

Vorgabe erfüllt. Siehe Anhang der Studiengangsdokumentation.

Letters of Intent liegen vor.

Vorgabe erfüllt. Siehe Anhang der Studiengangsdokumentation.

Es kann sichergestellt werden, dass ausreichend Sachausstattung und Räume vorhanden sind.

Vorgabe erfüllt. Siehe Anhang der Studiengangsdokumentation.

Aufbau des Studiengangs:

§12 (1,2,4,5) und §§7, 8, 9, 10

Das Erreichen der übergeordneten Ziele und des Qualifikationsprofils spiegeln sich in der Studienstruktur wider.

Vorgabe erfüllt. Siehe Kap. 6 der Studiengangsdokumentation.

Die Strukturvorgaben sind eingehalten.

Vorgabe erfüllt. Siehe Kap. 6 der Studiengangsdokumentation.

Die Studierbarkeit ist belegt (Studienpläne, Stundenpläne, Verteilung des Workload im Semester- / Jahresverlauf).

Vorgabe erfüllt. Siehe Kap. 6 der Studiengangsdokumentation.

Mobilitätsfenster ist vorhanden.

Vorgabe erfüllt. Siehe Kap. 6 Studiengangsdokumentation.

Die Module wurden gemäß den Vorgaben beschrieben (constructive alignment ...).

Vorgaben erfüllt.

Einsatz der Evaluationsinstrumente:

§14

Feedback der Studierenden
(Lehrveranstaltungsbewertung,
Studiengangsbefragung)

Lehrveranstaltungsbewertungen werden entsprechend den Regelungen des QM-Systems der TUM durchgeführt.

Die letzte reguläre Befragung der Studierenden zum Studiengang (StuBe) fand turnusgemäß im SoSe 2021 statt.

Die Studierenden sind insgesamt zufrieden mit dem Studiengang. Sie bewerten das fachliche Niveau und den flexiblen Aufbau als gut. Bei der Betreuung der Studierenden sieht man noch Verbesserungsmöglichkeiten.

Die eingeschränkte Präsenz und Platzzahl in Veranstaltungen durch die Covid-19-Pandemie wird als sehr hinderlich angesehen und auch der verpflichtende Auslandsaufenthalt [Anmk.: inzwischen nicht mehr Pflicht] wurde durch die geltenden Reisebeschränkungen erschwert.

Für einige Schwerpunkte werden noch weitere vertiefende Module gewünscht.

Weiteres Feedback (Alumnibefragung, Lehrendenbefragung)

Die Alumnibefragungen werden entsprechend den Regelungen des QM-Systems der TUM durchgeführt.

Die letzte Befragung fand noch unter den alten Studiengangsstrukturen (MSc. Consumer Affairs) statt. Eine neue Befragung ist geplant.

QM-Zirkel

Regelmäßige Auswertungen der Evaluationsergebnisse finden im QM-Zirkel einmal pro Semester statt.

Aktuelle Themen sind die Umgestaltung, Flexibilisierung und Neuausrichtung der Managementschwerpunkte. Man legt besonderes Augenmerk auf eine ausreichende Beratung der Studierenden.

Auch der Bewerbungsprozess wurde auf Aktualität geprüft und mit dem Studiengangsziel weiter angeglichen.

Erweiterte QM-Zirkel (externe Expertise)

Die Fachbegutachtung findet alle drei Jahre durch Erweiterung des QM-Zirkels um externe Expertinnen und Experten aus Wissenschaft und Berufspraxis statt. Letztmals am 26.01.2021.

Die Experten schätzen den Studiengang positiv ein.

Insbesondere die Einbindung aktueller Themen wie Big Data und Consumer Analytics ins Curriculum ist mit Hinblick auf den Arbeitsmarkt sehr gut. Man deutet jedoch an, dass es ein höchst volatiles Feld ist, das auch in Zukunft stets neue Herausforderungen an das Qualifikationsprofil der Absolventinnen und Absolventen stellen wird. Hier müssen die Module neben den zugrundeliegenden, wissenschaftlichen Methoden am besten auch stets cutting-edge-Praxisbeispiele beinhalten (man verweist hier auf die Praxis der Branchengrößen Amazon™ und Google™).

Weitere externe Expertise (Professional Profile Committees, Beiräte, Kommissionen ...)

Maßnahmen

Inhaltlich wurden vorrangig die Management-Schwerpunkte neu konzipiert. Es existieren die Management-Schwerpunkte: Innovation and Entrepreneurship, Economics and Econometrics, Management and Marketing. Zusätzlich wurde im Sinne einer generalistischen Ausbildungsoption die Möglichkeit eingeführt, keinen festgelegten Management Schwerpunkt zu belegen. Hierbei kann stattdessen ein persönlicher Schwerpunkt aus dem Modulangebot aller Managementvertiefungen gebildet werden.

Des Weiteren wurde das Modul Advanced International Experience aus dem Pflichtbereich zugunsten einer Ausweitung des Wahlbereiches Consumer Science and Technology in diesen verschoben.

Zudem wurde der spezialisierte Wahlbereich „Electives in Economics“ in den allgemeinen Wahlbereich des Management-Schwerpunkts aufgenommen. Dies ermöglicht noch mehr Flexibilität in der persönlichen Schwerpunkt (Aus)bildung.

Weitere akkreditierungsrelevante Anforderungen:

Zusammenfassende Bewertung und Beschluss

Auf Grundlage der studiengangspezifischen Unterlagen (Studiengangsdokumentation, Modulbeschreibungen, Fachprüfungsordnung etc.) wurden die formalen Kriterien geprüft. Die Einbettung in das QM-System der TUM ist gegeben.

Über die QM-Instrumente der TUM wurden Bewertungen der externen Expertinnen und Experten, Absolventinnen und Absolventen sowie Studierenden zu den fachlich-inhaltlichen Kriterien eingeholt und Maßnahmen abgeleitet. Die Studierenden sind mit dem Studiengang sehr zufrieden. Die Ergänzung um weitere Schwerpunkte und ein Ausbau des Informationsangebots wurden angeregt. Die externen Expertinnen und Experten sind mit dem Curriculum des Studiengangs sehr zufrieden und loben die sehr modernen Inhalte. Eine stete Anpassung an weitere cutting-edge Entwicklungen, insbesondere im Praxisbereich, sei von großem Vorteil für den Arbeitsmarkt.

Die Einhaltung der fachlich-inhaltlichen und formalen Kriterien ist gegeben.

Der Senat der Technischen Universität München beschloss am 26.01.2022 die Akkreditierung des Studiengangs. Die Akkreditierung erfolgt für fünf Jahre (vom 26.01.2022 bis zum 26.01.2027).