

Beschluss zur Akkreditierung des Studiengangs

▪ „Sales Management“ (M.Sc.) an der Ruhr-Universität Bochum

Auf der Basis des Berichts der Gutachtergruppe und der Beratungen der Akkreditierungskommission in der 62. Sitzung vom 22./23.02.2016 spricht die Akkreditierungskommission folgende Entscheidung aus:

1. Der Studiengang „Sales Management“ mit dem Abschluss „Master of Science“ an der Ruhr-Universität Bochum wird unter Berücksichtigung der „Regeln des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung“ (Beschluss des Akkreditierungsrates vom 20.02.2013) mit Auflagen akkreditiert.

Der Studiengang entspricht grundsätzlich den Kriterien des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen, den Anforderungen der Ländergemeinsamen Strukturvorgaben der Kultusministerkonferenz, den landesspezifischen Strukturvorgaben für die Akkreditierung von Bachelor- und Masterstudiengängen sowie den Anforderungen des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse in der aktuell gültigen Fassung. Die im Verfahren festgestellten Mängel sind durch die Hochschule innerhalb von neun Monaten behebbar.

2. Es handelt sich um einen **konsekutiven** Masterstudiengang.
3. Die Akkreditierungskommission stellt für den Studiengang ein **forschungsorientiertes Profil** fest.
4. Die Akkreditierung wird mit den unten genannten Auflagen verbunden. Die Auflagen sind umzusetzen. Die Umsetzung der Auflagen ist schriftlich zu dokumentieren und AQAS spätestens **bis zum 30.11.2016** anzuzeigen.
5. Die Akkreditierung wird für eine **Dauer von fünf Jahren** (unter Berücksichtigung des vollen zuletzt betroffenen Studienjahres) ausgesprochen und ist **gültig bis zum 30.09.2021**.

Auflagen:

1. Die Prüfungsordnung muss veröffentlicht werden.
2. Das Modulhandbuch muss dahingehend überarbeitet werden, dass aus den Beschreibungen hervorgeht, in welchen Modulen die Themen Digitalisierung und CRM gelehrt werden.
3. Das Modul „Self Expression Management“ darf nur mit einer Prüfungsleistung abschließen. Eine Ausnahme ist möglich, sofern diese stichhaltig begründet ist. Empfohlen wird dabei, eine mündliche Prüfungsform zu wählen.

Abweichend von der gutachterlichen Beschlussempfehlung sieht die Akkreditierungskommission das Kriterium 2.4 aufgrund der Stellungnahme der Hochschule als erfüllt an.

Die Auflagen beziehen sich auf im Verfahren festgestellte Mängel hinsichtlich der Erfüllung der Kriterien des Akkreditierungsrates zur Akkreditierung von Studiengängen i. d. F. vom 20.02.2013.

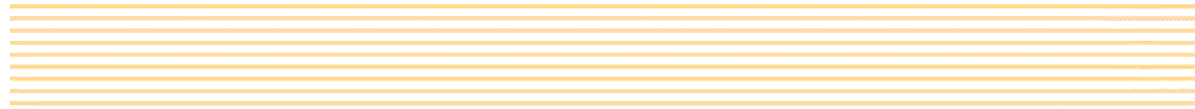
AQAS

Agentur für Qualitätssicherung durch
Akkreditierung von
Studiengängen
tätssicherung durch
Akkreditierung von
Studiengängen

Zur Weiterentwicklung des Studiengangs werden die folgenden **Empfehlungen** gegeben:

1. Es sollte ein Mobilitätsfenster, z.B. durch die Verlegung der Pflichtmodule in die ersten beiden Semester, in den Studiengang integriert werden.
2. Aus den Beschreibungen der Module sollte noch stärker sichtbar werden, dass das gesellschaftliche Engagement der Studierenden gestärkt werden soll.
3. Die Beschreibung des Moduls „Sales in Luxury Markets“ sollte dahingehend überarbeitet werden, dass im Modul ggf. auch andere Spezialbranchen behandelt werden können.
4. Bei der Weiterentwicklung des Studiengangs sollte ein stärkerer Fokus auf Internationalisierung und die Vermittlung interkultureller Kompetenzen gelegt werden.
5. Der Wahlbereich sollte zu Gunsten des Wahlpflichtbereichs reduziert werden.
6. Es sollte seitens des Faches besonders beobachtet werden, inwiefern sich die Zugangsbedingungen bewähren. Ggf. sollte im Auswahlverfahren noch stärker die fachliche Eignung geprüft werden.

Zur weiteren Begründung dieser Entscheidung verweist die Akkreditierungskommission auf das Gutachten, das diesem Beschluss als Anlage beiliegt.



Gutachten zur Akkreditierung des Studiengangs

▪ „Sales Management“ (M.Sc.) an der Ruhr-Universität Bochum

Begehung am 10./11.12.2015

Gutachtergruppe:

Prof. Dr. Martin Benkenstein	Universität Rostock, Lehrstuhl für Dienstleistungsmanagement
Prof. Dr. Carsten Baumgarth	Hochschule für Wirtschaft und Recht Berlin, Professur für Marketing, insbesondere Markenführung
Dr. Thomas Barthel	TÜV Rheinland – Vice President, Chief Marketing & Sales Officer, Köln (Vertreter der Berufspraxis)
Sandra Geißmar, M.Sc.	Studentin der TU Bergakademie Freiberg (studentische Gutachterin)
Koordination: Ulrich Rückmann, M.A.	Geschäftsstelle AQAS e.V., Köln

Präambel

Gegenstand des Akkreditierungsverfahrens sind Bachelor- und Masterstudiengänge an staatlichen oder staatlich anerkannten Hochschulen. Die Akkreditierung von Bachelor- und Masterstudiengängen wird in den Ländergemeinsamen Strukturvorgaben der Kultusministerkonferenz verbindlich vorgeschrieben und in den einzelnen Hochschulgesetzen der Länder auf unterschiedliche Weise als Voraussetzung für die staatliche Genehmigung eingefordert.

Die Begutachtung der Studiengänge erfolgte unter Berücksichtigung der „Regeln des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung“ in der Fassung vom 20.02.2013.

I. Ablauf des Verfahrens

Die Ruhr-Universität Bochum beantragt die Akkreditierung des Studiengangs „Sales Management“ mit dem Abschluss „Master of Science“.

Es handelt sich um eine erstmalige Akkreditierung.

Das Akkreditierungsverfahren wurde am 18./19.05.2015 durch die zuständige Akkreditierungskommission von AQAS eröffnet. Am 10./11.12.2015 fand die Begehung am Hochschulstandort Bochum durch die oben angeführte Gutachtergruppe statt. Dabei erfolgten unter anderem getrennte Gespräche mit der Hochschulleitung, den Lehrenden und Studierenden.

Das vorliegende Gutachten der Gutachtergruppe basiert auf den schriftlichen Antragsunterlagen der Hochschule und den Ergebnissen der Begehung. Insbesondere beziehen sich die deskriptiven Teile des Gutachtens auf den vorgelegten Antrag.

II. Bewertung des Studiengangs

1. Allgemeine Informationen

Die Ruhr-Universität Bochum (RUB) ist eine Volluniversität, die das gesamte Fächerspektrum von den Natur- über die Ingenieurs- bis hin zu den Geistes-, Sozial-, Rechts- und Wirtschaftswissenschaften und der Medizin abdeckt. Sie verfügt über 20 Fakultäten mit zum Zeitpunkt der Antragsstellung ca. 43.000 Studierenden in 186 Studiengängen und 5.500 Beschäftigten.

Angeboten wird der vorliegende Studiengang von der Fakultät für Wirtschaftswissenschaft. Die Fakultät bieten sowohl Studiengänge im Bereich Betriebswirtschaftslehre als auch im Bereich Volkswirtschaftslehre an. Dabei ist ein Kerngedanke der Fakultät, eine integrative Wirtschaftswissenschaft anzubieten, in der eine Trennung zwischen Betriebswirtschaftslehre und Volkswirtschaftslehre vermieden wird. Die Verbindung äußert sich unter anderem in der Lehre, indem beispielsweise keine getrennten Bachelorstudiengänge für die beiden Bereiche angeboten werden, sondern ausschließlich ein integrativer Studiengang „Management and Economics“. Gleiches gilt auch für den gleichlautenden Masterstudiengang.

Mit dem zu akkreditierenden Studiengang möchte die Fakultät an die Tradition anknüpfen, eine qualitativ hochwertige wissenschaftliche und praxisorientierte Ausbildung in zahlreichen wirtschaftswissenschaftlichen Disziplinen anzubieten und diese um den Schwerpunkt Vertrieb zu erweitern.

2. Profil und Ziele

Mit dem neuen Studiengang verfolgt das Fach das Ziel, hochqualifizierte zukünftige Führungskräfte im Vertrieb sowie Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler der Vertriebsforschung auszubilden. Insbesondere sollen vertiefte Fachkenntnissen und Fähigkeiten in den Gebieten des operativen und strategischen Vertriebsmanagements und der angewandten Vertriebsforschung vermittelt werden. Studierende sollen zur kritischen Einordnung von wissenschaftlichen Erkenntnissen, zu wissenschaftlich fundierter Problemlösung und zu verantwortlichem Denken und Handeln befähigt werden. Dabei sollen neben Fachkenntnissen auch methodische Fähigkeiten und soziale Kompetenzen erlernt werden, die aus Sicht des Fachs für eine anschließende berufliche Tätigkeit erforderlich sind. Dazu sollen insbesondere analytisches und logisches Denkvermögen, selbständiges Lernen und Arbeiten, Projekt- und Zeitmanagement, Präsentationskompetenzen, Techniken der Problemstrukturierung, Sprachkompetenzen, Teamfähigkeit sowie allgemeine Managementfähigkeiten gehören. Ergänzend sollen Studierende Fertigkeiten des wissenschaftlichen Arbeitens auf internationalem Forschungsniveau erlangen, um eine wissenschaftliche Karriere zu ermöglichen.

Insbesondere sollen Studierende befähigt werden, Fach- und Führungsaufgaben in Industrie-, Handels- oder Dienstleistungsunternehmen, in staatlichen Institutionen oder in Forschungseinrichtungen zu übernehmen. Um dies zu erreichen, sollen vertriebspezifische Fachkenntnisse z.B. durch die Einbindung von Praktikerinnen und Praktikern in der Lehre sowie die Anwendung wissenschaftlicher Methoden und Erkenntnisse vermittelt werden. Laut eigener Aussage legt das Fach dabei Wert auf eine theoriegeleitete Forschungsmethodik, die empirische Befunde grundsätzlich auf einem theoretischen Fundament fußen lassen soll.

Folgende übergeordnete Themengebiete stehen im Zentrum der zu vermittelnden fachlichen Kenntnisse: Vertriebsmanagement im Sinne der Vertriebsstrategie, Vertriebsplanung, Vertriebsorganisation, Vertriebssteuerung und Verhandlungsführung, branchenspezifisches Vertriebsmanagement sowie angewandte Vertriebsforschung.

Mit Hilfe der im Studiengang zu vermittelnden integrierten Kompetenzen sowie der vorgesehenen Veranstaltungsformate wie Fallstudienbearbeitungen, Übungen, Gruppenarbeiten, Präsentationen oder Gruppendiskussionen, die sich von üblichen Formaten wie Vorlesungen und Seminaren unterscheiden, sollen Studierende zum gesellschaftlichen Engagement befähigt werden und in ihrer Persönlichkeitsentwicklung gestärkt werden. Das Fach führt hier beispielhaft das Modul „Self-Expression Management“ an, wobei Studierende Strategien einer effektiven Kommunikation und Argumentation sowie eines wirkungsvollen Auftretens erlernen und trainieren können. Auch sollen Studierenden regelmäßig mit Konzepten der unternehmerischen Verantwortung vertraut gemacht werden, wobei auch auf Ethikkonzepte Bezug genommen werden soll.

Um zum Studiengang zugelassen zu werden, müssen Studierende einen ersten berufsqualifizierenden im ökonomischen Bereich im Umfang von mindestens 180 LP nachweisen. Absolventinnen und Absolventen eines Bachelorstudiengangs der Fachrichtungen Wirtschaftsingenieurwesen, Psychologie oder Wirtschaftspsychologie mit ökonomischen Inhalten können ebenfalls für das Studium zugelassen werden. Zusätzlich müssen 15 LP im Bereich Mathematik und 30 LP im Bereich der Betriebswirtschaftslehre nachgewiesen werden. Eine Zulassung unter Auflagen ist möglich. Sollte die Anzahl der Bewerberinnen und Bewerber die Zahl der zur Verfügung stehenden Studienplätze überschreiten, wird eine qualitative Auswahl unter diesen getroffen. Das Verfahren sieht dann vor, dass eine Rangliste gebildet wird. Die Ermittlung der Rangliste erfolgt anhand der durchschnittlichen Note des ersten Abschlusses und der Ergebnisse eines 30-minütigen Auswahlgesprächs im Verhältnis von 51 zu 49.

Die RUB verfügt über ein Konzept zur Förderung der Geschlechtergerechtigkeit und der Chancengleichheit. Die hochschulweiten Angebote sollen allen Studierenden und Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern zur Verfügung stehen. Seit dem Jahr 2006 ist die RUB als „Familienfreundliche Hochschule“ zertifiziert.

Bewertung

Die Qualifikationsziele werden in der Selbstbeschreibung der Hochschule sehr umfassend und für die Gutachtergruppe nachvollziehbar beschrieben. Sie werden den Ansprüchen an einen Studiengang "Sales Management" gerecht. Auch der Spagat zwischen einer forschungs- und einer praxisorientierten Ausbildung wird durch den Studiengang geleistet, indem die wissenschaftlich-theoriegeleiteten Inhalte an den Herausforderungen der Praxis gespiegelt werden. Das Modul "Research Internship", vor allem aber die empirisch ausgerichteten Masterarbeiten leisten dazu einen wesentlichen Beitrag.

Die Persönlichkeitsentwicklung der Studierenden wird durch die verschiedenen Veranstaltungsformate und die Integration von Praxisprojekten und des Praktikumsmoduls gefördert. Die Gutachtergruppe hat dies als sehr positiv zur Kenntnis genommen. Das gesellschaftliche Engagement wird in einzelnen Veranstaltungen angeregt, teilweise wurden bislang die Studierenden sogar in Projekte mit gesellschaftlichem Engagement eingebunden. Hierzu empfehlen die Gutachterinnen und Gutachter, dies in den Modulbeschreibungen noch expliziter auszuweisen. **(Monitum 4)**

Die Integration von Auswahlgesprächen in das Auswahlverfahren wird von der Gutachtergruppe begrüßt, weil dadurch die Fähigkeiten und Kompetenzen der Bewerberinnen und Bewerber umfassender als durch eine alleinige Zulassung auf der Basis des Bachelorabschlusses bewertet werden können. Insbesondere auch die Erläuterungen zur Strukturierung des Auswahlverfahrens haben die Gutachtergruppe überzeugt. Die Zugangsvoraussetzung erscheint der Gutachterkommission mit 30 Leistungspunkten im Bereich der Betriebswirtschaftslehre äußerst gering. Gleichzeitig ist der Wunsch der Fakultät nachvollziehbar, neben Bachelorabsolventinnen und -absolventen aus dem Bereich der Wirtschaftswissenschaften auch Absolventinnen und Absolventen des Wirtschaftsingenieurwesens und der Wirtschaftspsychologie in den Studiengang „Sales Management“ aufzunehmen. Vor diesem Hintergrund empfehlen die Gutachterinnen und Gutachter der Fakultät, die Auswahlgespräche für "fachferne" und "fachfremde" Bewerber spezieller auszugestalten und die betriebswirtschaftlichen Qualifikationen umfassender zu prüfen. Darüber hinaus wird die Fakultät aufgefordert, die Zugangsvoraussetzungen zum Studiengang „Sales Management“ sowie das Auswahlverfahren innerhalb der ersten drei Jahre kritisch zu hinterfragen und weiterzuentwickeln. **(Monitum 8)**

Die Eingangsqualifikation der Studierenden wird in der Zulassung über eventuell auszusprechende Auflagen berücksichtigt. Mit Erfüllung der Zugangsvoraussetzungen ist der Studiengang erfolgreich studierbar.

Das Hochschulkonzept zur Geschlechtergerechtigkeit und Chancengleichheit wird im Studiengang umgesetzt. Die Gutachtergruppe begrüßt, dass sich die Universität bemüht, den unbesetzten Lehrstuhl mit einer Professorin zu besetzen.

Schließlich wird der Fakultät empfohlen, den Studiengang insbesondere mit Blick auf den internationalen und interkulturellen Fokus weiterzuentwickeln. **(Monitum 6)**

3. Qualität des Curriculums

Um den Studiengang erfolgreich abschließen zu können, müssen Studierende bei einer Regelstudienzeit von vier Semestern 120 LP erwerben. Das Curriculum sieht dabei den Besuch von

fachspezifischen Modulen im Umfang von 60 LP vor, wovon 15 LP auf einen Wahlpflichtbereich entfallen. Thematisch gliedern sich die Module in die Bereiche Branchenfokus, Wissenschaftliche Grundlagen, Vertriebsmanagement und Angewandte Forschungsprojekte. Weitere 20 LP sind in einem Wahlbereich zu erbringen, wobei Studierende aus dem Angebot der Fakultät sowie von Partnerfakultäten wählen können. Zusätzlich ist ein achtwöchiges Praktikum, welches mit 10 LP kreditiert wird und die empirisch ausgerichtete Masterarbeit im Umfang von 30 LP zu absolvieren.

Im Bereich der wissenschaftlichen Grundlagen sollen den Studierende zum einen grundlegende verhaltenswissenschaftliche Theorien sowie deren Anwendungsformen in der Vertriebs- und Marketingforschung vorgestellt und anhand von Forschungsergebnissen kritisch diskutiert werden. Zum anderen sollen ihnen Kenntnisse der empirischen Methoden der Vertriebs- und Marketingforschung vermittelt werden. Im Bereich Vertriebsmanagement sollen Studierenden im Wesentlichen die Strategien, Konzepte und Werkzeuge für eine zielgerichtete Planung, Umsetzung und Steuerung sämtlicher Vertriebsaktivitäten im Unternehmen kennen lernen. Dagegen sollen Studierende im Bereich Branchenfokus einen Einblick in die Besonderheiten und Herausforderungen des Vertriebs der unterschiedlichen Branchen erhalten. Darauf aufbauend sollen Managementstrategien zur Anpassung von Vertrieb und Marketing an diese Spezifika entwickelt und diskutiert werden. Zudem sollen in allen vorgestellten Branchen Erfolgsfaktoren eines systematischen Vertriebsmanagements beleuchtet werden. In anwendungsbezogenen Forschungsprojekten sollen Studierende die Möglichkeit erhalten, ihr theoretisches Wissen einzubringen und weiter zu vertiefen.

Laut Aussage des Faches wird in fast allen fachspezifischen Modulen forschendes Lernen über kleinere empirische Datenerhebungen forciert. Darin sollen zu relevanten Problemstellungen des Vertriebsmanagements zunächst Daten erhoben werden, die dann wissenschaftlich ausgewertet und mit den theoretischen Lehrinhalten rückgekoppelt werden. Studierende sollen so lernen, theoriefundierte Hypothesen zu ausgewählten Themenfelder herzuleiten und empirisch zu überprüfen. Dadurch sollen sie auf eigenständiges empirisches Arbeiten vorbereitet werden. Außerdem soll jedes Modul eine Reihe von grundlegenden Theorien umfassen, die für ein Verständnis des jeweiligen Themengebietes und der Prognose von Verhalten im Vertrieb unerlässlich sein sollen. Dabei sollen sich die Inhalte im gesamten Theoriefeld der empirischen Sozialforschung bewegen. Außerdem sollen Studierende Methoden erlernen, mit denen theoretische und empirische Erkenntnisse gewonnen werden können.

Bewertung

Die Positionierung des Studienganges „Sales Management“ als forschungs- und praxisorientierter Studiengang findet sich in überzeugender Weise in den explizit formulierten Qualifikationszielen und den einzelnen Modulen wieder.

Grundsätzlich stellt die Struktur des Studienganges sowie die Bezeichnung und Konkretisierung der einzelnen Module die Vermittlung von fachspezifischem Vertriebsmanagementwissen sowie fachübergreifendem Wissen sicher. Positiv ist auch die Öffnung und Verzahnung mit dem stärker ingenieursorientierten und bestehenden Masterstudiengang „Sales Engineering and Product Management“ zu werten. In den Gesprächen während der Begehung wurde auch dargelegt, dass zentrale aktuelle Themen des Vertriebsmanagements wie Digitalisierung, Automatisierung und CRM-Systeme als Querschnittsinhalte in verschiedenen Modulen eine zentrale Rolle spielen. Allerdings wird dies in den bisherigen Modulbeschreibungen nur eingeschränkt sichtbar, weshalb es notwendig erscheint, diese thematischen Schwerpunkte explizit zu benennen. **(Monitum 2a)** Weiterhin erscheint der fachlich sehr heterogene Wahlbereich im Vergleich zum Wahlpflichtbereich zu umfangreich zu sein, weshalb empfohlen wird, den Wahlbereich zugunsten des Wahlpflichtbereichs zu reduzieren. **(Monitum 7)**

Besonders positiv ist ferner die breite und intensive Vermittlung von methodischen und generischen Kompetenzen zu würdigen. Fähigkeiten zum wissenschaftlichen Arbeiten, welche speziell im Feld Vertriebsmanagement eher selten Gegenstand von Curricula sind, werden intensiv und durch konkrete Forschungsprojekte vermittelt. Darüber hinaus werden Softskills wie Präsentationstechniken und Rhetorik, Verhandlungsführung und Selbstpräsentation innerhalb verschiedener Module gelehrt, die überwiegend als explizite (Pflicht-)Module (z. B. Self-Expression Management, Negotiation Management) angeboten werden.

Die Anforderungen, die im „Qualifikationsrahmen für deutsche Hochschulabschlüsse“ für das Qualifikationsniveau Master formuliert sind, werden vollständig eingehalten.

Ein Mobilitätsfenster ist im Studiengang „Sales Management“ nicht vorgesehen. Aufgrund der hohen und zukünftig voraussichtlich weiter steigenden Bedeutung von internationalen und interkulturellen Fähigkeiten und Kompetenzen speziell auch im Vertrieb wird empfohlen, den Studienverlaufsplan so zu gestalten, dass durch ein Verschieben der Pflichtmodule in die ersten beiden Semester ein freiwilliges Mobilitätsfenster im dritten Semester den Studierenden ein längerer Auslandsaufenthalt ermöglicht wird. **(Monitum 3)**

Die in den Modulbeschreibungen vorgesehenen Lehr- und Lernformen sind adäquat und zeichnen sich insbesondere durch eine große Vielfalt aus. Ferner sind die modulbezogenen Prüfungen überwiegend auf die Qualifikationsziele und zu erwerbenden Kompetenzen abgestimmt und sinnvoll. In der Regel ist je Modul eine Prüfungsleistung vorgesehen. Eine Ausnahme hiervon stellt das Modul „Self-Expression Management“ dar, bei dem eine Reduzierung auf eine Prüfungsform stattfinden muss und mit einer mündlichen Prüfungsform eine eher zu den Qualifikationszielen dieses Moduls passende Prüfungsform gewählt werden sollte. **(Monitum 9)**

Darüber hinaus wird empfohlen, darüber nachzudenken, ob das Wahlpflichtmodul „Sales in Luxury Markets“ evtl. umbenannt werden sollte (z. B. Vertriebsmanagement in Spezialbranchen), um ggf. auch andere Spezialbranchen in das Curriculum zu integrieren und dadurch die Flexibilität des Lehrangebots zu erhöhen. **(Monitum 5)**

4. Studierbarkeit

Die Fakultät sieht laut eigener Aussage die Verbesserung der Studienbedingungen und der Studierbarkeit als kontinuierlichen Prozess, in dem die curriculare Ausgestaltung der Studienelemente, die Planung und Organisation des Lehrgeschehens, die Transparenz der Studienangebote und die Beratung der Studierenden im Einklang miteinander weiterzuentwickeln sind. Dies soll unter anderem in der Position des Beauftragten für Studienangelegenheiten sowie in der Anfertigung von Lehrberichten zum Ausdruck kommen. Weiterhin weist die Fakultät daraufhin, dass im Angebot flexibler Strukturen, kombiniert mit umfassender Transparenz und Beratung, die Grundausrichtung selbiger liegt.

Für die Durchführung und Vollständigkeit des Lehrveranstaltungsangebotes liegt die Verantwortung beim Dekan/bei der Dekanin der Fakultät sowie dem Fakultätsrat. Der Studienbeirat des Fachbereichs soll in Angelegenheiten der Lehre und des Studiums insbesondere in Angelegenheiten der Studienreform, der Evaluation von Studium und Lehre sowie hinsichtlich des Erlasses oder der Änderung von Prüfungsordnungen beratend zur Seite stehen. Für die Organisation der Prüfungen ist der Prüfungsausschuss zuständig. Speziell für den Studiengang sind ein Studiengangsleiter/eine Studiengangsleiterin benannt worden, der/die den Studienablauf organisieren soll und im Sinne einer umfassenden Qualitätssicherung für Studienaufbau, Studieninhalte, die angewandten Methoden und Auswahl der Dozentinnen und Dozenten verantwortlich ist.

Neben den zentralen Beratungs- und Betreuungsangeboten, welche auch eine psychologische Beratungen und eine Beratung für Studierende mit Behinderung umfasst, stehen Studieninteressierten und Studierenden die Internetseite sowie Ansprechpartnerinnen und Ansprechpartner des Faches zur Verfügung. Zum Studienbeginn ist eine fachspezifische Begrüßungsveranstaltung vorgesehen. Um auf die Studien- und Lehrdokumente zugreifen zu können, soll eine internetbasierte Lehrplattform genutzt werden, die auch die Kommunikation in den Lerngruppen, mit den Dozentinnen und Dozenten und der/m Studiengangsleiter/in sicherstellen soll.

Als Lehrformen sollen neben den üblichen Vorlesungen, Übungen und Seminaren unter anderem Gruppenarbeiten und -diskussionen, Praxisvorträge, Fallstudien, edv-gestützte Planspiele sowie Forschungsprojekte und Projektseminare mit einem sehr hohen Grad eigenständigen Arbeitens zum Einsatz kommen. Dies soll eine abwechslungsreiche Lehre ermöglichen und auf unterschiedliche Lerntypen eingehen. Zum Curriculum gehört auch ein kreditiertes Praktikum.

Der Workload ist mit 30 Stunden je LP angesetzt und soll sowohl über Lehrevaluationen als auch über direktes Feedback überprüft werden.

Je Modul soll in der Regel durch die Studierenden eine Prüfungsleistung erbracht werden. Teilleistungen sind möglich. Die Prüfungsform soll sich an den im Modul zu vermittelnden Kompetenzen und der Form des Moduls orientieren und umfasst insbesondere Klausuren, schriftliche Arbeiten, Präsentationen und Fallstudienanalysen.

Der Nachteilsausgleich ist in § 16 der Prüfungsordnung geregelt. Die Prüfungsordnung wurde gemäß Bestätigung der Hochschulleitung einer Rechtsprüfung unterzogen und veröffentlicht. Anerkennungsregeln entsprechend der Vorgaben der Lissabon-Konvention sind in § 14 der Prüfungsordnung verankert.

Bewertung

Die Verantwortlichkeiten im Studiengang „Sales Management“ sind klar geregelt, wodurch auch sichergestellt ist, dass das Lehrangebot sowohl inhaltlich als auch organisatorisch aufeinander abgestimmt ist. Die Studierenden haben konkrete Ansprechpartnerinnen und -partner im zuständigen Department, welche auch die persönlichen Beratungsgespräche durchführen. Mit der allgemeinen Betreuung sind die befragten Studierenden zufrieden.

Pro Studienjahr ist eine Aufnahmekapazität von 20 Studierenden geplant, begonnen werden kann das Studium dabei sowohl im Winter- als auch im Sommersemester.

Bei den Studierenden zeigt sich großes Interesse an der Praxisorientierung des Studiengangs. Entsprechend ist im Curriculum ein Praktikum vorgesehen und mit 10 Leistungspunkten kreditiert. Der Zeitpunkt für das mindestens zweimonatige Praktikum ist frei wählbar, somit ist auch kein konkretes Zeitfenster dafür im Studienablaufplan festgesetzt.

Die Anerkennung extern erbrachter Leistungen entsprechend der Lissabon-Konvention und außerhochschulisch erworbener Leistungen entsprechender Vorgaben der Kultusministerkonferenz ist seitens der Universität gegeben. Die Ruhr-Universität Bochum hat weitreichende Erfahrungen mit Partnerhochschulen und begrüßt einen Auslandsaufenthalt ihrer Studentinnen und Studenten, sodass es strukturell keine Probleme mit der Anerkennung gibt. Im Hinblick auf die Weiterentwicklung des Studiengangs halten die Gutachterinnen und Gutachter eine stärkere Fokussierung auf Internationalisierung und die Vermittlung interkulturelle Kompetenzen für wünschenswert. Um den Studierenden mehr Mobilität (für einen Auslandsaufenthalt oder das Praktikum) bieten zu können, sollten die Pflichtmodule in den ersten beiden Semestern angesiedelt werden. **(Monitum 3, siehe auch Kapitel Profile und Ziele)**

Die Arbeitsbelastung sowie die Prüfungsdichte und -organisation wird von der Gutachtergruppe als angemessen beurteilt. Die Belange von Studierenden mit Behinderungen werden

berücksichtigt und ein entsprechender Nachteilsausgleich ist in der Studien- und Prüfungsordnung festgehalten. Die Prüfungsordnung ist zwar einer Rechtsprüfung unterzogen worden, aber noch nicht veröffentlicht. Dies muss nachgeholt werden. **(Monitum 1)**

Unklar ist noch das Bewerbungsverfahren für das Modul „Negotiation Management“. Obwohl dieses Modul verpflichtend zu besuchen ist, müssen sich Studierende dafür gesondert bei den Lehrenden bewerben. Auch wenn seitens des Faches zugesichert wurde, dass das Verfahren nur durchgeführt wird, um die Durchführung des Moduls besser planen zu können, muss aus Sicht der Gutachtergruppe sichergestellt werden, dass mit der Bewerbung keine Studienzeitverlängerung einhergehen kann. Denkbar wäre, dies im Modulhandbuch zu vermerken. **(Monitum 2 b)**

5. Berufsfeldorientierung

Absolventinnen und Absolventen des Studiengangs sollen darauf vorbereitet sein, eine leitende Position in einem national oder international agierenden Unternehmen übernehmen zu können, wobei das Branchenspektrum von Konsumgüter über Industriegüter bis hin zu Dienstleistungen reichen kann. Potentielle Berufsfelder reichen dabei vom Sales Manager für B2B-, B2C-Produkte oder Dienstleistungen über Global-Account Manager bis hin zu Regionalleiterinnen und -leitern im Außendienst. Außerdem sollen sich Einsatzgebiete in der Forschung an nationalen sowie internationalen Hochschulen bieten.

Durch einen regelmäßigen Austausch der Lehrenden mit der Praxis, so nehmen Lehrende des Faches am „Round Table Sales Executive“ teil, durch die Einbindung von Vertreterinnen und Vertretern der Praxis in die Lehre und durch die Interaktion mit Personen der Praxis im Rahmen der angewandten Forschung soll der Studiengang auf Entwicklungen der potentiellen Berufsfelder angepasst werden.

Bewertung

Die Laufbahnorientierung mit dem Fokus auf Ausbildung von Vertriebsführungskräften wurde schlüssig und nachvollziehbar erklärt. In vielen Unternehmen sind Vertriebsorganisationen historisch mit Verkaufspersönlichkeiten gewachsen. Im neuen Studiengang möchte man Führungskräfte ausbilden, die dann z.B. über Stabstellen im Vertrieb den Einstieg ins operative Vertriebsmanagement finden sollen.

Die Zusammenarbeit mit Unternehmen stellt einen Praxisbezug sicher. Durch die Kooperation im Sales Excellence Circle mit 4-5 Partnern werden Aufgaben aus der Berufspraxis gestellt. Außerdem werden praktische Berufssituationen z.B. bei der Verhandlungsführung im Rollenspiel simuliert.

Die Internationalisierung ist durch die „Bochum International Summer School“ in englischer Sprache adressiert, dennoch relativ schwach ausgeprägt. Durch Auslandsaufenthalte, Teilnahme an Veranstaltungen im Ausland o.ä. könnte ein stärkerer interkultureller Austausch mit internationalen Partnern sichergestellt werden. Da aus der heutigen Sicht die Internationalisierung im Vertrieb nahezu ohne Ausnahme im Berufsumfeld stattfindet, ist dies ein wichtiger nicht zu vernachlässigender Aspekt. **(Monitum 6)**

6. Personelle und sächliche Ressourcen

In die Lehre des Studiengangs sind verschiedene Lehrende der Fakultät eingebunden, wobei für den Bereich Sales und Management drei Professuren zur Verfügung stehen, wobei die dritte Professur zum Zeitpunkt der Begehung der Hochschule noch vakant ist.

Das dem Masterstudiengang zugeordnete Lehrdeputat wird polyvalent auch für andere Studiengänge der Fakultät genutzt. Zudem ergibt sich eine polyvalente Nutzung aus Vereinbarungen mit anderen Fakultäten.

Sächliche und räumliche Ressourcen sind vorhanden.

Bewertung

Die Gutachtergruppe ist zu dem Ergebnis gekommen, dass sowohl die räumlichen als auch die sächlichen Ressourcen für die Einrichtung des Studiengangs ausreichen. Die personellen Ressourcen sind nach der anstehenden Besetzung des dritten Lehrstuhls ebenfalls ausreichend. Zudem werden die Verflechtungen mit anderen Studiengängen der Fakultät und auch darüber hinaus effizient genutzt. Die Gutachtergruppe empfiehlt der Fakultät, die internationale Verflechtung weiter voranzutreiben, um so im größeren Umfang international ausgewiesene Kolleginnen und Kollegen in den Studiengang zu integrieren. Angebote der Universität und der Fakultät zur Personalentwicklung und -qualifikation werden genutzt.

7. Qualitätssicherung

Die RUB verfügt über eine Evaluationsordnung, nach der am Ende jedes Semesters die Evaluierung der Lehrveranstaltungen durchgeführt werden soll. Die Ergebnisse sollen von den Lehrenden analysiert und mit den Studierenden noch vor Ende der Veranstaltungszeit diskutiert werden. Eine Evaluierungskommission soll sich ebenfalls mit den Daten beschäftigen und ggf. Maßnahmen entwickeln, deren Umsetzung die Prodekanin bzw. der Prodekan für Lehre verfolgen soll. Weitere Qualitätssicherungsmaßnahmen stellen nach den Ausführungen der Hochschule Workloaderhebungen, im zweijährigen Turnus erstellte Lehrberichte, Absolvent/inn/enstudien sowie die Weiterentwicklung des Lehr- und Prüfungsplans dar. Vorschläge zur Weiterentwicklung des Lehr- und Prüfungsplans sollen die Gremien der Fakultät unter der Berücksichtigung der Evaluationsergebnisse, der Studierendendaten sowie der Erfahrungen aus den vergangenen Studienjahren erarbeiten.

Bewertung

Die Ruhr-Universität Bochum verfügt über Evaluationsmaßnahmen auf Hochschul- und auf Fakultätsebene. Workloaderhebungen und Umfragen zum Absolventenverbleib konnten natürlich noch nicht vorgenommen werden, sind allerdings angedacht und für den Studiengang passend.

Um eine kontinuierliche Verbesserung des Studiengangs zu gewährleisten, werden die von der Fakultät verfassten Lehrberichte in der Universitätskommission für Lehre kritisch diskutiert.

In verschiedenen Gremien wie der Evaluationskommission, der Qualitätsverbesserungskommission sowie dem Studienbeirat sind 50 % der Sitze mit Studierenden besetzt. Des Weiteren führt die/der Ansprechpartner/in der Fakultät mit allen Studierenden ein Beratungsgespräch durch, wo sich die Gelegenheit zu individuellem Feedback bietet.

8. Zusammenfassung der Monita

Monita:

1. Die Prüfungsordnung muss veröffentlicht werden.
2. Das Modulhandbuch muss überarbeitet werden:

- a) Es muss aus den Beschreibungen hervorgehen, in welchen Modulen die Themen Digitalisierung und CRM gelehrt werden.
 - b) Es muss sichergestellt werden, dass mit der Bewerbung zum Modul „Negotiation Management“ keine Studienzeiterverlängerung einhergeht.
3. Es sollte ein Mobilitätsfenster, z.B. durch die Verlegung der Pflichtmodule in die ersten beiden Semester, in den Studiengang integriert werden.
 4. Aus den Beschreibungen der Module sollte noch stärker sichtbar werden, dass das gesellschaftliche Engagement der Studierenden gestärkt werden soll.
 5. Die Beschreibung des Moduls „Sales in Luxury Markets“ sollte dahingehend überarbeitet werden, dass im Modul ggf. auch andere Spezialbranchen behandelt werden können.
 6. Bei der Weiterentwicklung des Studiengangs sollte ein stärkerer Fokus auf Internationalisierung und die Vermittlung interkultureller Kompetenzen gelegt werden.
 7. Der Wahlbereich sollte zu Gunsten des Wahlpflichtbereichs reduziert werden.
 8. Es sollte seitens des Faches besonders beobachtet werden, inwiefern sich die Zugangsbedingungen bewähren. Ggf. sollte im Auswahlverfahren noch stärker die fachliche Eignung geprüft werden.
 9. Das Modul „Self Expression Management“ darf nur mit einer Prüfungsleistung abschließen. Empfohlen wird dabei, eine mündliche Prüfungsform zu wählen.

III. Beschlussempfehlung

Kriterium 2.1: Qualifikationsziele des Studiengangskonzepts

Das Studiengangskonzept orientiert sich an Qualifikationszielen. Diese umfassen fachliche und überfachliche Aspekte und beziehen sich insbesondere auf die Bereiche

- *wissenschaftliche oder künstlerische Befähigung,*
- *Befähigung, eine qualifizierte Erwerbstätigkeit aufzunehmen,*
- *Befähigung zum gesellschaftlichen Engagement*
- *und Persönlichkeitsentwicklung.*

Auf Grundlage der obigen Bewertung wird das Kriterium als erfüllt angesehen.

Kriterium 2.2: Konzeptionelle Einordnung des Studiengangs in das Studiensystem

Der Studiengang entspricht

- (1) den Anforderungen des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse vom 21.04.2005 in der jeweils gültigen Fassung,*
- (2) den Anforderungen der Ländergemeinsamen Strukturvorgaben für die Akkreditierung von Bachelor- und Masterstudiengängen vom 10.10.2003 in der jeweils gültigen Fassung,*
- (3) landesspezifischen Strukturvorgaben für die Akkreditierung von Bachelor- und Masterstudiengängen,*
- (4) der verbindlichen Auslegung und Zusammenfassung von (1) bis (3) durch den Akkreditierungsrat.*

Auf Grundlage der obigen Bewertung wird das Kriterium mit Einschränkungen als erfüllt angesehen.

Die Gutachtergruppe konstatiert folgenden Veränderungsbedarf:

- Das Modulhandbuch muss überarbeitet werden:
 - Es muss aus den Beschreibungen hervorgehen, in welchen Modulen die Themen Digitalisierung und CRM gelehrt werden.

Kriterium 2.3: Studiengangskonzept

Das Studiengangskonzept umfasst die Vermittlung von Fachwissen und fachübergreifendem Wissen sowie von fachlichen, methodischen und generischen Kompetenzen.

Es ist in der Kombination der einzelnen Module stimmig im Hinblick auf formulierte Qualifikationsziele aufgebaut und sieht adäquate Lehr- und Lernformen vor. Gegebenenfalls vorgesehene Praxisanteile werden so ausgestaltet, dass Leistungspunkte (ECTS) erworben werden können.

Es legt die Zugangsvoraussetzungen und gegebenenfalls ein adäquates Auswahlverfahren fest sowie Anerkennungsregeln für an anderen Hochschulen erbrachte Leistungen gemäß der Lissabon-Konvention und außerhochschulisch erbrachte Leistungen. Dabei werden Regelungen zum Nachteilsausgleich für Studierende mit Behinderung getroffen. Gegebenenfalls vorgesehene Mobilitätsfenster werden curricular eingebunden.

Die Studienorganisation gewährleistet die Umsetzung des Studiengangskonzepts.

Auf Grundlage der obigen Bewertung wird das Kriterium als erfüllt angesehen.

Kriterium 2.4: Studierbarkeit

Die Studierbarkeit des Studiengangs wird gewährleistet durch:

- *die Berücksichtigung der erwarteten Eingangsqualifikationen,*
- *eine geeignete Studienplangestaltung*
- *die auf Plausibilität hin überprüfte (bzw. im Falle der Erstakkreditierung nach Erfahrungswerten geschätzte) Angabe der studentischen Arbeitsbelastung,*
- *eine adäquate und belastungsangemessene Prüfungsdichte und -organisation,*
- *entsprechende Betreuungsangebote sowie*
- *fachliche und überfachliche Studienberatung.*

Die Belange von Studierenden mit Behinderung werden berücksichtigt.

Auf Grundlage der obigen Bewertung wird das Kriterium mit Einschränkungen als erfüllt angesehen.

Die Gutachtergruppe konstatiert folgenden Veränderungsbedarf:

- Das Modulhandbuch muss überarbeitet werden:
 - Es muss sichergestellt werden, dass mit der Bewerbung zum Modul „Negotiation Management“ keine Studienzeiterverlängerung einhergeht.

Kriterium 2.5: Prüfungssystem

Die Prüfungen dienen der Feststellung, ob die formulierten Qualifikationsziele erreicht wurden. Sie sind modulbezogen sowie wissens- und kompetenzorientiert. Jedes Modul schließt in der Regel mit einer das gesamte Modul umfassenden Prüfung ab. Der Nachteilsausgleich für behinderte Studierende hinsichtlich zeitlicher und formaler Vorgaben im Studium sowie bei allen abschließenden oder studienbegleitenden Leistungsnachweisen ist sichergestellt. Die Prüfungsordnung wurde einer Rechtsprüfung unterzogen.

Auf Grundlage der obigen Bewertung wird das Kriterium mit Einschränkungen als erfüllt angesehen.

Die Gutachtergruppe konstatiert folgenden Veränderungsbedarf:

- Die Prüfungsordnung muss veröffentlicht werden.
- Das Modul „Self Expression Management“ darf nur mit einer Prüfungsleistung abschließen. Empfohlen wird dabei, eine mündliche Prüfungsform zu wählen.

Kriterium 2.6: Studiengangsbezogene Kooperationen

Beteiligt oder beauftragt die Hochschule andere Organisationen mit der Durchführung von Teilen des Studiengangs, gewährleistet sie die Umsetzung und die Qualität des Studiengangskonzepts. Umfang und Art bestehender Kooperationen mit anderen Hochschulen, Unternehmen und sonstigen Einrichtungen sind beschrieben und die der Kooperation zu Grunde liegenden Vereinbarungen dokumentiert.

Das Kriterium entfällt.

Kriterium 2.7: Ausstattung

Die adäquate Durchführung des Studiengangs ist hinsichtlich der qualitativen und quantitativen personellen, sächlichen und räumlichen Ausstattung gesichert. Dabei werden Verflechtungen mit anderen Studiengängen berücksichtigt. Maßnahmen zur Personalentwicklung und -qualifizierung sind vorhanden.

Auf Grundlage der obigen Bewertung wird das Kriterium als erfüllt angesehen.

Kriterium 2.8: Transparenz und Dokumentation

Studiengang, Studienverlauf, Prüfungsanforderungen und Zugangsvoraussetzungen einschließlich der Nachteilsausgleichsregelungen für Studierende mit Behinderung sind dokumentiert und veröffentlicht.

Auf Grundlage der obigen Bewertung wird das Kriterium als erfüllt angesehen.

Kriterium 2.9: Qualitätssicherung und Weiterentwicklung

Ergebnisse des hochschulinternen Qualitätsmanagements werden bei den Weiterentwicklungen des Studienganges berücksichtigt. Dabei berücksichtigt die Hochschule Evaluationsergebnisse, Untersuchungen der studentischen Arbeitsbelastung, des Studienerfolgs und des Absolventenverbleibs.

Auf Grundlage der obigen Bewertung wird das Kriterium als erfüllt angesehen.

Kriterium 2.10: Studiengänge mit besonderem Profilspruch

Studiengänge mit besonderem Profilspruch entsprechen besonderen Anforderungen. Die vorgenannten Kriterien und Verfahrensregeln sind unter Berücksichtigung dieser Anforderungen anzuwenden.

Das Kriterium entfällt.

Kriterium 2.11: Geschlechtergerechtigkeit und Chancengleichheit

Auf der Ebene des Studiengangs werden die Konzepte der Hochschule zur Geschlechtergerechtigkeit und zur Förderung der Chancengleichheit von Studierenden in besonderen Lebenslagen wie beispielsweise Studierende mit gesundheitlichen Beeinträchtigungen, Studierende mit Kindern, ausländische Studierende, Studierende mit Migrationshintergrund und/oder aus sogenannten bildungsfernen Schichten umgesetzt.

Auf Grundlage der obigen Bewertung wird das Kriterium als erfüllt angesehen.

Zur Weiterentwicklung des Studiengangs gibt die Gutachtergruppe folgende Empfehlungen:

- Es sollte ein Mobilitätsfenster, z.B. durch die Verlegung der Pflichtmodule in die ersten beiden Semester, in den Studiengang integriert werden.
- Aus den Beschreibungen der Module sollte noch stärker sichtbar werden, dass das gesellschaftliche Engagement der Studierenden gestärkt werden soll.
- Die Beschreibung des Moduls „Sales in Luxury Markets“ sollte dahingehend überarbeitet werden, dass im Modul ggf. auch andere Spezialbranchen behandelt werden können.
- Bei der Weiterentwicklung des Studiengangs sollte ein stärkerer Fokus auf Internationalisierung und die Vermittlung interkultureller Kompetenzen gelegt werden.
- Der Wahlbereich sollte zu Gunsten des Wahlpflichtbereichs reduziert werden.
- Es sollte seitens des Faches besonders beobachtet werden, inwiefern sich die Zugangsbedingungen bewähren. Ggf. sollte im Auswahlverfahren noch stärker die fachliche Eignung geprüft werden.

Die Gutachtergruppe empfiehlt der Akkreditierungskommission von AQAS, den Studiengang „**Sales Management**“ an der **Ruhr-Universität Bochum** mit dem Abschluss „**Master of Science**“ unter Berücksichtigung des oben genannten Veränderungsbedarfs zu akkreditieren.