



Richtlinie für die Praxistransfers und Praxisphasen in dem dualen Studiengang Marketing and Communications Management

_1 Grundsätzlicher Praxisbezug

Im Rahmen des dualen Studiums an der Rheinischen Fachhochschule Köln, Standort Neuss (RFH Neuss) legen wir großen Wert auf Transfer- und Methodenkompetenz. Wechselnde Problemstellungen aus der betrieblichen Praxis sollen von den Studierenden unter Anleitung der Lehrenden im Rahmen von Hausarbeiten, Referaten und Projektarbeiten analysiert und gelöst werden. Idealerweise sind diese sowie die Bachelorarbeit von direktem Nutzen für ein Unternehmen. Zudem wird durch die Einbettung praktischer Themen in Gruppenarbeiten der Aufbau sozial-kommunikativer Kompetenzen gefördert.

Die Studierenden sollen durch diesen Praxisbezug

- eine praxisrelevante Fragestellung mit wissenschaftlichen Methoden analysieren und einen aus Sicht der Praxis und der wissenschaftlichen Theorie gleichermaßen befriedigenden Lösungsvorschlag erarbeiten,
- zeigen, dass sie in der Lage sind, innerhalb einer vorgegebenen Frist ein Problem selbständig nach wissenschaftlichen Methoden zu bearbeiten,
- fachliche und fachübergreifende Einzelheiten ebenso berücksichtigen wie gestalterische Methoden sowie aktuelle wissenschaftliche Erkenntnisse.

_2 Praxisphasen

In das duale Studium sind in jedem Semester Phasen praktischen Lernens im kaufmännischen Bereich eines Unternehmens integriert. Diese finden in der Regel im Rahmen praktischer Tätigkeiten unter Anleitung und mit besonderem Bezug zu den im theoretischen Studienabschnitt erworbenen Kenntnissen statt. Die Studierenden sollen in die Arbeitsprozesse des Unternehmens eingebunden werden (kein passiver Betriebsbesuch).

Ziel ist es, z.B. durch Übertragung von Projektarbeiten, Mitarbeit im Tagesgeschäft sowie unterschiedliche Praxiseinsätze die Selbstständigkeit, die Kommunikationsfähigkeit und die Eigeninitiative der Studierenden zu fördern. Die Fragestellungen zu den praxisorientierten Leistungsnachweisen sind so formuliert, dass die Studierenden sie zum Teil unabhängig (objektiv) und zum Teil abhängig von ihrer konkreten Tätigkeit (subjektiv) beantworten können. Es wird vorausgesetzt, dass den Studierenden bei der Bewältigung dieser Aufgaben ein Ansprechpartner aus dem jeweiligen Unternehmen zur Verfügung steht.



3 Praxistransfers

Praxistransfers im Rahmen von Hausarbeiten und/oder Referaten sowie dem Fallstudienprojekt finden in den Semestern 1 bis 5 statt, die Bachelorarbeit, die ebenfalls einen praktischen Bezug haben soll, in Semester 6.

In Semester 1 und 2 liegt der Fokus der Lernergebnisse auf Grundlagen, Wissen, Verständnis und Beobachten: Die Studierenden sollen die erlernten (allgemeinen) Grundlagen in der betriebspezifischen Situation (in einem Einzelfall) nachvollziehen und erste Arbeits- und Problemlösungsmethoden kennenlernen. In Semester 3 und 4 liegt der Fokus der Lernergebnisse auf Anwenden, Üben, Analysieren: Auch hier geht es darum, Grundlagenwissen nachzuvollziehen, aber darüber hinaus sollen nun Arbeits-, Analyse- und Problemlösungstechniken konkret angewendet werden. In Semester 5 und 6 liegt der Fokus der Lernergebnisse auf Selbstständigkeit, Weiterentwicklung, Bewertungs- und Entscheidungsfähigkeit. Die Studierenden sollen betriebliche Zusammenhänge zwischen den betriebswirtschaftlichen Funktionsbereichen erkennen und bewerten und Arbeits-, Analyse- und Problemlösungsmethoden selbstständig in komplexen Situationen anwenden.

Die Praxistransfers im Rahmen von Hausarbeiten und/oder Referaten in den Semestern 1 bis 5 sollen einen direkten Bezug zu der Tätigkeit eines Studierenden in seinem/ihrer jeweiligen betrieblichen Kontext haben. Fragestellungen, die innerhalb des Fallstudienprojektes und der Bachelorarbeit beantwortet werden, sollen ebenfalls von praktischer Relevanz sein, müssen sich jedoch nicht auf einen spezifischen betrieblichen Kontext beziehen.

Explizite durch Prüfungsform nachgewiesene Praxistransfers finden beispielsweise in den folgenden Modulen statt:

1. Semester: Modul „Management-Grundlagen“:

(Illustrative Aufgabenstellung)

Hausarbeit über Aufbauorganisation

- Branchenbezogene Schwerpunktsetzung des Unternehmens
- Größe des Unternehmens
- Rechtsform des Unternehmens
- Standortwahl des Unternehmens
- Organisatorischer Aufbau des Unternehmens hinsichtlich
 - Organigramm
 - Anzahl, Namen und Art der Abteilungen
 - Struktur (Linien- oder Matrixansatz)
 - Sind Stababteilungen eingerichtet? Wen unterstützen Sie?
- Eigene Rolle (Position, Funktion, Aufgaben, etc.) im Unternehmen.



Modul „Kommunikationsgrundlagen“:

(Illustrative Aufgabenstellung)

Referat über Medien- und Online-Kommunikation

- Erläutern Sie die Bedeutung der Kommunikation in Ihrem Unternehmen.
- Erläutern Sie die Kommunikationsstrategien Ihres Unternehmens.
- Erläutern Sie die Anwendung der Kommunikationsinstrumente sowie -kanäle in Ihrem Unternehmen.

2. Semester: Modul „Marketinggrundlagen“:

(Illustrative Aufgabenstellung)

Hausarbeit über Marketinginstrumente und Marktforschung

- Erläuterung der wesentlichen Marketingkonzepte vor dem Hintergrund der Ausrichtung des Unternehmens
- Erläuterung der wesentlichen Methoden der Marktforschung vor dem Hintergrund der Ausrichtung des Unternehmens

Modul „Web/Publishing und Printtechnik“:

(Illustrative Aufgabenstellung)

Referat über Printtechnik oder Web/Publishing

- Erläutern Sie die Methoden und Techniken, die bei Ihrem Praxispartner eingesetzt werden sowie die entsprechende Planung, Organisation und informationstechnische Handhabung.
- Darauf aufbauend sollen Sie Problemlösungen und Argumente im Bereich Printtechnik oder Web/Publishing erarbeiten und weiterentwickeln.

3. Semester: Modul „Projektmanagement“:

(Illustrative Aufgabenstellung)

Hausarbeit zur Entwicklung einer Innovationsstrategie

- Exemplarisch soll eine Unternehmensanalyse durchgeführt werden
- Ist-Analyse und Entwicklung einer Innovationsstrategie
- Prognose auf Basis der vorgestellten Strategie
- Netzplantechnik bzgl. des Projektes: Einführung/Änderung der Innovationsstrategie (Strukturimplementierung, Ressourcenanpassung, etc.)
- Die Hausarbeit soll am Beispiel des jeweiligen Unternehmens erstellt werden. Bei großer Segmentspanne ist ggf. einzugrenzen. Die Betrachtung sollte sich möglichst an Produkt- oder Prozessinnovationen orientieren.

Modul „Informationsmanagement“:

(Illustrative Aufgabenstellung)

Referat über die Instrumente des Informationsmanagements



- Beschreibung der Informationssysteme, die im Unternehmen eingesetzt werden.
- Erarbeitung oder Weiterentwicklung eines Projektes für das Unternehmen.

4. Semester: Modul „Fallstudienprojekt“ (Gruppenarbeit):

Eine Fallstudie wird nur von den Studierenden geschrieben, die kein Auslandssemester in Anspruch nehmen werden.

- Projektarbeit zu einem Fall aus einem der Partnerunternehmen.
- Die Studierenden sollen lernen komplexe Fragestellungen in Arbeitspakete aufzuteilen, und zwar nach Möglichkeit gleichmäßig (hinsichtlich Umfang, Schwierigkeitsgrad, Arbeitszeitbedarf, etc.).
- Die Studierenden sollen lernen, in Teams zu arbeiten, d.h. Teilaufgaben so zu lösen, dass eine Teamleistung entsteht (und zwar dergestalt, dass die Gesamtheit der Arbeit mehr ist als die Summe seiner einzelnen Teile).

- 5. Semester: Modul „Online Marketing and Social Media“:

(Illustrative Aufgabenstellung)

Hausarbeit über Instrumente des Online Marketing und Social Media Managements

- Die Studierende sollen Konzepte und Instrumente des Online Marketings und Social Media Managements erklären und bewerten.
- Darauf aufbauend sollen Sie Problemlösungen und Argumente im Bereich Online Marketing und Social Media Management erarbeiten und weiterentwickeln.

Modul „E-Commerce“:

(Illustrative Aufgabenstellung)

Referat zum Thema Informationstechnologien im Unternehmen

- Zeigen Sie, wie Informationstechnologien die Änderung des Office-Betriebes von konventionellen zu elektronischen und die Auswirkungen dieser Änderungen auf die Qualität der Geschäftsprozesse ermöglicht. Gehen Sie auf die Aspekte von E-/Mobile Business ein.

6. Semester: Bachelorarbeit:

Die Bachelorarbeit ist eine eigenständige Prüfungsleistung. Sie soll zeigen, dass die Studierenden in der Lage sind, innerhalb einer vorgegebenen Bearbeitungszeit eine praxisnahe Problemstellung selbstständig unter Anwendung praxisbezogener sowie wissenschaftlicher Erkenntnisse und Methoden zu bearbeiten. In der Bachelorarbeit soll damit die Verbindung von Studium und Unternehmenspraxis zum Ausdruck kommen.



4 Qualitätskontrolle

Die Studiengangleitung berät und betreut die Kooperationsunternehmen zusammen mit der Abteilung Talent Management.

Neben der Evaluation der Lehrveranstaltungen werden auch die Praxisphasen durch die Studierenden evaluiert. Folgende Parameter werden bewertet:

- Waren theoretische Fragestellungen im eigenen betrieblichen Kontext nachvollziehbar?
- Standen geeignete Ansprechpartner im Unternehmen zur Verfügung?
- Konnten die Arbeitsergebnisse einen konkreten Nutzen im Unternehmen stiften?
- War eine Einbindung in die Arbeitsprozesse des Unternehmens gegeben?
- War eine Freistellung für Vorlesungen, Selbststudium und Prüfungen während der Theoriephase gegeben?