



Richtlinie für die Praxistransfers und Praxisphasen in dem dualen Studiengang Marketing and Communications Management für die Studierenden ab dem Jahrgang 2014

_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 pro Semester zwölfwöchige 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 7.

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 7 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.

Praxistransfers finden insbesondere in den folgenden Modulen statt:

- **1. Semester: Modul „Management-Grundlagen“:**

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 „Personal Management Skills“:

Referat über Soziale Kompetenz und Managementtechniken

- Erläutern Sie die Bedeutung der sozialen Kompetenzen in Ihrem Unternehmen.
- Erläutern Sie die Bedeutung der Zusammenarbeit und des Umganges mit anderen bei Ihrem Unternehmen.



- Erläutern Sie die Anwendung der Managementtechniken in Ihrem Unternehmen.

- **2. Semester: Modul „Marketinggrundlagen“:**
Hausarbeit über Marketinginstrumente und Marktforschung
 - Erläuterung der wesentlichen Marketingkonzepten 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“:**
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“:**
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“:**
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 „Organisational Behaviour I“:**
Hausarbeit zum Thema Teamwork und Führung im Unternehmen
 - Beschreiben Sie die Instrumente der Motivation und des Teamworks, die in Ihrem Unternehmen eingesetzt werden.
 - Erklären und bewerten Sie die Konzepte und Instrumente.
 - Erläutern Sie die Beziehung zwischen Persönlichkeit und beruflicher Leistung.
 - Unterscheiden Sie die empfundenen Emotionen.
 - Erklären Sie, wie Wahrnehmung auf den Entscheidungsprozess einwirkt.

Modul „Global Markets and Strategy:
Referat über Strategic Management



- Führen Sie die Analyse des globalen wirtschaftlichen Umfelds des Unternehmens durch und erläutern Sie die Zusammenhänge und Auswirkungen auf die eigene Tätigkeit
- Erklären und bewerten Sie die strategischen Konzepte und Instrumente vor dem Hintergrund des Unternehmens.

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

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 „Organisational Behaviour II“:

Referat zum Thema Unternehmenskultur

- Beschreiben Sie die Bestandteile der Unternehmensidentität für Ihr Unternehmen.
- Erläutern Sie die Bedeutung der interkulturellen Kommunikation für Ihr Unternehmen.
- Beschreiben Sie den Einfluss der kulturellen Faktoren auf betriebliche Prozesse.

- **7. 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.

Die Zulassung zur Bachelorarbeit an der RFH Neuss ist an Regelungen aus der Prüfungsordnung (Bachelorprüfungsordnung) gebunden. Die wichtigsten, die Zulassung zur Bachelorarbeit betreffenden Passagen sind nachfolgend im Auszug wiedergegeben und werden als bekannt vorausgesetzt.

§ 15 Zulassung zur Bachelorarbeit und zum Kolloquium

(1) Zur das Studium abschließenden Arbeit wird unbeschadet abweichender Regelungen der Besonderen Teile der Prüfungsordnung zugelassen, wer mindestens zwei der letzten drei Semester vor der Meldung in einem Studiengang der RFH Neuss für Internationale Wirtschaft eingeschrieben war, die Prüfungen vorangegangener Studienabschnitte bestanden und mindestens drei Viertel der Leistungspunkte des Studiengangs erworben hat.

Die Praxistransfers in den Semestern 1 bis 5, das Fallstudienprojekt und die Bachelorarbeit machen jeweils 100% der Modulprüfung aus.



4 Voraussetzungen für Kooperationspartner/Praxispartner

Geeignete Kooperationspartner sind Unternehmen, deren Tätigkeitsfelder die folgenden Bereiche in Marketing und Kommunikation, sowohl ATL (Above the line) als auch BTL (Below the line), umfassen:

- Kommunikationsplanung, -konzeption und -umsetzung (bspw. Werbe-, Digital- und Mediagenturen),
- Online und Digitales Marketing, inkl. Social Media Marketing,
- Web- und Print-Publishing,
- Außenwerbung, Rundfunk und Fernsehwerbung,
- Eventmarketing und Öffentlichkeitsarbeit,
- Markenstrategie und Markenführung.

Darüber hinaus sind Unternehmen als Kooperationspartner geeignet, die über eine eigenständige Marketing- bzw. Außenkommunikationsabteilung (Marketing als betriebswirtschaftliche Funktion) verfügen und Informationen über die jeweiligen Produkte bzw. Dienstleistungen oder Marken mit Hilfe unterschiedlicher Marketinginstrumente und -kanäle kommunizieren.

Von Unternehmenspartner/Kooperationspartner im Rahmen des dualen Studiums wird erwartet, dass

- die Studierenden in die Arbeitsprozesse des Unternehmens eingebunden werden (kein passiver Betriebsbesuch),
- die Studierenden ein angemessenes Entgelt erhalten, welches mindestens die Studiengebühren während der Theorie- und Praxisphase refinanziert.
- die Praxisphasen in den kaufmännischen Bereichen eines Unternehmens absolviert werden,
- die Praxisphasen jeweils drei Monate dauern,
- die Studierenden in den Theoriephasen freigestellt werden, um Lehrveranstaltungen zu besuchen, Haus- und Projektarbeiten zu erstellen, sich auf Prüfungen vorzubereiten und an Prüfungen teilzunehmen.

Praxisphasen müssen von einem Studierenden nicht notwendigerweise bei Unternehmen verbracht werden. Dies gilt insbesondere für den Fall unerwarteter Änderungen in der Kooperation zwischen Ausbildungs- und Hochschulbetrieb.

5 Qualitätskontrolle

Der jeweilige Dekan bzw. Studiengangsleiter berät und betreut die Kooperationsunternehmen zusammen mit der Abteilung Recruiting & Placement. Das Betreuungsangebot der RFH Neuss umfasst folgende Leistungen:

- Ein Reviewgespräch nach dem ersten Semester (sowohl mit Unternehmen als auch mit den Studierenden).
- Vor Beginn des jeweiligen Semesters werden die entsprechenden Lehrveranstaltungspläne der Studierenden an die Arbeitgeber versandt.
- Nach Abschluss des jeweiligen Semesters werden die entsprechenden Notenblätter der Studierenden an die Arbeitgeber gesandt.



- Auskunft über die Anwesenheit der Studierenden in den Lehrveranstaltungen.
- **_FORUM: DIALOG:** Ziel der Veranstaltungsreihe ist der Erfahrungsaustausch mit Unternehmen, d.h. Anregungen aufzugreifen und Verbesserungsmöglichkeiten zu diskutieren. Themenbeispiele hierfür sind Evaluation, inhaltliche Ausrichtung der Lehrveranstaltungen, integrierte Berufsausbildung oder auch arbeitsrechtliche Aspekte. Darüber hinaus wird der branchenübergreifende Dialog der Personalverantwortlichen untereinander gefördert.
-
- Eine Evaluation der RFH Neuss mit Hilfe einer Befragung der Unternehmen hinsichtlich der Übertragbarkeit der Lehrinhalte auf die Praxis.

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?