

Fach	Sales Engineering and Product Management
Abschlussgrad	Bachelor of Science
Hochschule	Ruhr-Universität Bochum
Datum der Erstakkreditierung	18.12.2003
Datum der Reakkreditierung	12.05.2009
Dauer der Reakkreditierung	30.09.2016
Start des Studienbetriebs	Wintersemester 2003/04
Kategorisierung (nur für Masterstudiengänge relevant)	<input checked="" type="checkbox"/> konsekutiv <input type="checkbox"/> nicht-konsekutiv <input type="checkbox"/> weiterbildend
Akkreditiert als Teil eines Mehrfächerstudiengangs?	<input type="checkbox"/> ja <input checked="" type="checkbox"/> nein
Fakultät/Fachbereich	Fakultät für Maschinenbau
Kontakt	Studiengangskoordinator Prof. Dr. phil. Joachim Zülch Ruhr-Universität Bochum ISE - Lehrstuhl für Industrial Sales Engineering Universitätsstr. 150 44801 Bochum Telefon: +49 234 32-26388 Telefax: +49 234 32-14280 E-Mail: Joachim.Zuelch@rub.de
Auflagen	keine
Auflagen erfüllt?	
Profil des Studiengangs	Das Bachelorstudium ist ein wissenschaftlich fundiertes, grundlagenorientiertes Studium, das eine breite und in ausgewählten Teilgebieten vertiefte Basis fachlichen Wissens sowie eine umfassende, überwiegend anwendungsorientierte Methodenkompetenz vermittelt. Es befähigt zur Anwendung eines breiten Grundlagenwissens und systematischer Arbeitsmethoden und ermöglicht die Einarbeitung in spezifische Aufgabenstellungen und Ansätze zur Problemlösung in der Berufspraxis. Die Absolvent/innen sind in der Lage, die Schnittstellenkommunikation zwischen Forschung & Entwicklung, Produktion und Kunde zu analysieren, durchzuführen und zu verbessern, haben Kenntnisse der Kosten- und Investitionsrechnung,

der Betriebswirtschaftslehre und des Business-to-Business Marketing, sind in der Lage, in Projektteams zu arbeiten und komplexe Projekte zu analysieren, zu planen, zu strukturieren und durchzuführen, besitzen Kenntnisse im Vertragsrecht und allgemeinen juristischen Fragen, sind auf die Besonderheiten des Interkulturellen Managements und Außenhandels vorbereitet und besitzen die erforderliche Kompetenz, mit anderen Kulturen umzugehen. Für den siebensemestrigen Bachelorstudiengang (210 CP) bestehen keine besonderen Zulassungsvoraussetzungen. Deutschkenntnisse müssen ggf. nachgewiesen werden. In den ersten beiden Studienjahren werden mathematische und naturwissenschaftliche sowie ingenieurwissenschaftliche Grundlagen studiert: Ingenieurmathematik (10 CP), Physik (3 CP), Chemie (3 CP), Grundlagen der technischen Mechanik (9 CP), Werkstoffe (inkl. Praktikum 9 CP), Grundlagen der Konstruktionstechnik (9 CP), Industrielles Kunden- und Vertriebsmanagement (Grundlagen und Methoden, 6+3 CP), Grundlagen der Strömungsmechanik (5 CP), Technical and Business English (4 CP), Elektrotechnik (4 CP), Grundlagen der Thermodynamik (6 CP), Grundlagen der Messtechnik und Messtechnisches Laborpraktikum (5 CP), Interkulturelles Management (3 CP), Kosten- und Investitionsrechnung (3 CP), Grundlagen des Projektmanagements (3 CP), Deutsches und Internationales Handels- und Gesellschaftsrecht (6 CP), Maschinenbauinformatik (4 CP), Grundlagen der Regelungstechnik (5 CP), Psychologie in der Business- Kommunikation (6 CP) und BWL (3 CP). Hinzu kommt ein Werkstoffpraktikum und ein technisches Wahlfach und ein nicht-technisches vertriebsorientiertes Wahlfach. Im 5. Semester werden drei Pflichtmodule und zwei Profilmodule (je 6 CP) aus den wählbaren Vertiefungsrichtungen Energie- und Verfahrenstechnik, Maschinen- und Automatisierungssysteme und Werkstoffengineering studiert. Im 6. Semester belegen die Studierenden zwei weitere Profilmodule der Vertiefungsrichtung (je 6 CP) und Veranstaltungen zur Praxis des industriellen Kunden- und Lieferantenmanagements (6 CP) und des technischen Produktmanagements (6 CP). Hinzukommt ein B2B-Marketing-Planspiel (6 CP). Im 7. Semester wird Industrial Management (3 CP) studiert (wahlweise schon im 5. oder 6. Semester) und je ein Praktikum im Bereich Technik und Vertrieb (je 8 CP) absolviert sowie die Bachelorarbeit (12 CP) angefertigt. Die Praktika können studienbegleitend absolviert werden, die Bachelorarbeit kann ab dem 5. Semester begonnen werden. Die Absolvent/innen sind in der Lage, technisch hochkomplexe Produkte international zu vertreiben, Kundenwünsche zu verstehen und für das eigene Unternehmen gewinnbringend zu verarbeiten. Außerdem können die Absolvent/innen im Prozess- oder Projektmanagement eines Unternehmens eingesetzt werden.

Zusammenfassende Bewertung

Die Ziele des Studiengangs sind sowohl hinsichtlich der Nachfrage auf dem Arbeitsmarkt, der zu vermittelnden Kompetenzen und der inhaltlichen Ausgestaltung überzeugend. Der Bachelorstudiengang ist hinsichtlich seiner fachlichen Inhalte und seines Aufbaus berufsqualifizierend. Die Ziele „Ausbildung zum Vertriebsingenieur“ bzw. „Produktmanager/in“ fokussieren hierbei konkret auf real existierende Berufsbilder bzw. Stellen in technischen Unternehmen und wollen sich bewusst von einem eher breit aufgestellten Wirtschaftsingenieurstudiengang abheben. Das Curriculum ist inhaltlich stimmig aufgebaut. Insbesondere die technischen Fächer folgen einer bewährten ingenieurwissenschaftlichen Gliederung. Sowohl innerhalb der technischen als auch der nicht-technischen Fächer scheint die Vermittlung von Fach- und fächerübergreifenden Wissen gesichert. Die methodischen, systematischen und kommunikativen Kompetenzen

werden integriert in den Fächern vermittelt und durch einige Wahlangebote zum Thema Soft-Skills flankiert. Auch die unterschiedlichen Prüfungsformen unterstützen die Vermittlung fachlicher und methodischer Kompetenzen. Die Modulprüfungen scheinen bezogen auf die jeweils angestrebten Kompetenzen angemessen. Die Prüfungsstruktur kommt den Studierenden zugute, im Laufe des Studiums werden die Studierenden mit den allgemein üblichen Prüfungsformen konfrontiert. Die Zerteilung des Prüfungszeitraums ermöglicht den Studierenden, die Prüfungsdichte zu verringern und/oder eventuelle Wiederholungsklausuren innerhalb desselben Semesters abzuschließen. Aus Sicht der Berufspraxis ist der Studiengang umfassend auf die Anforderungen des Arbeitsmarktes hin ausgerichtet und gestaltet. Die Studierenden werden für das Berufsfeld von Vertriebsingenieuren und Produktmanagern gründlich in Theorie und Praxisanwendung ausgebildet. Die Berufsbefähigung der Studierenden ist auch dadurch gekennzeichnet, dass die ingenieurwissenschaftlichen Grundlagen in den Themenschwerpunkten „Energie- und Verfahrenstechnik“, „Maschinen- und Automatisierungssysteme“ und „Werkstoffengineering“ anwendungsorientiert vertieft werden. Hierdurch werden den Studierenden umfassend die erforderlichen technischen Kenntnisse für Vertriebsingenieure vermittelt. Die auf diesem Wege gewonnenen Eindrücke unterstützen die Studierenden bei der Auswahl von Unternehmen für technische und vertriebliche Praktika, sowie Themen für die Bachelorarbeiten und auch für den beruflichen Einstieg nach dem Studium. Als weiteres Zeichen der ausgeprägt berufsfeldbezogenen Ausbildung an der Fakultät ist zu werten, dass kompetente Vertreter/innen namhafter Unternehmen im Kuratorium der Fakultät vertreten sind und Studierende in vertriebsorientierte Veranstaltungen von Unternehmen und Verbänden eingebunden werden. Die Studierbarkeit ist gewährleistet, die Berufsaussichten sind sehr positiv zu bewerten.

**Mitglieder der
Gutachtergruppe**

Dipl. Ing. Karlheinz Baron, Vertreter der Berufspraxis

Prof. Dr. Rainer Geisler, Fachhochschule Kiel, Fachbereich Maschinenwesen, Institut für internationales Vertriebs- und Einkaufingenieurwesen

Patrick Merbitz, Student der TU Dresden
(studentischer Gutachter)

Prof. a.D. Dr. Dr. h.c. Hans-Peter Wiendahl, Universität Hannover, Fakultät für Maschinenbau, Institut für Fabrikanlagen und Logistik

Verfahrensnummer AQAS

10139