

Evaluation Master of Science in Business Administration

Ergebnisbericht

Kommission Studienprogrammevaluation MSc BWL

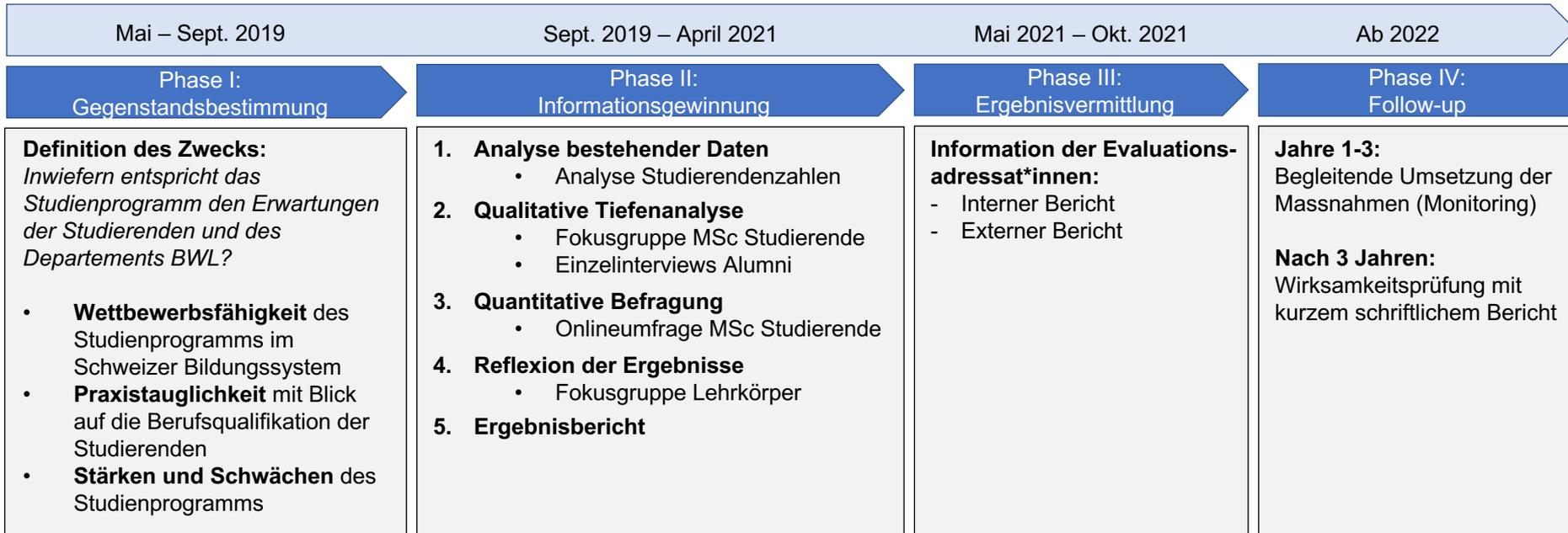
18. August 2021, Bern

Inhaltsverzeichnis

1. Zielsetzung, Design und Methodik
2. Entwicklung der Studierendenzahlen
3. Resultate Datenauswertung
4. Handlungsempfehlungen

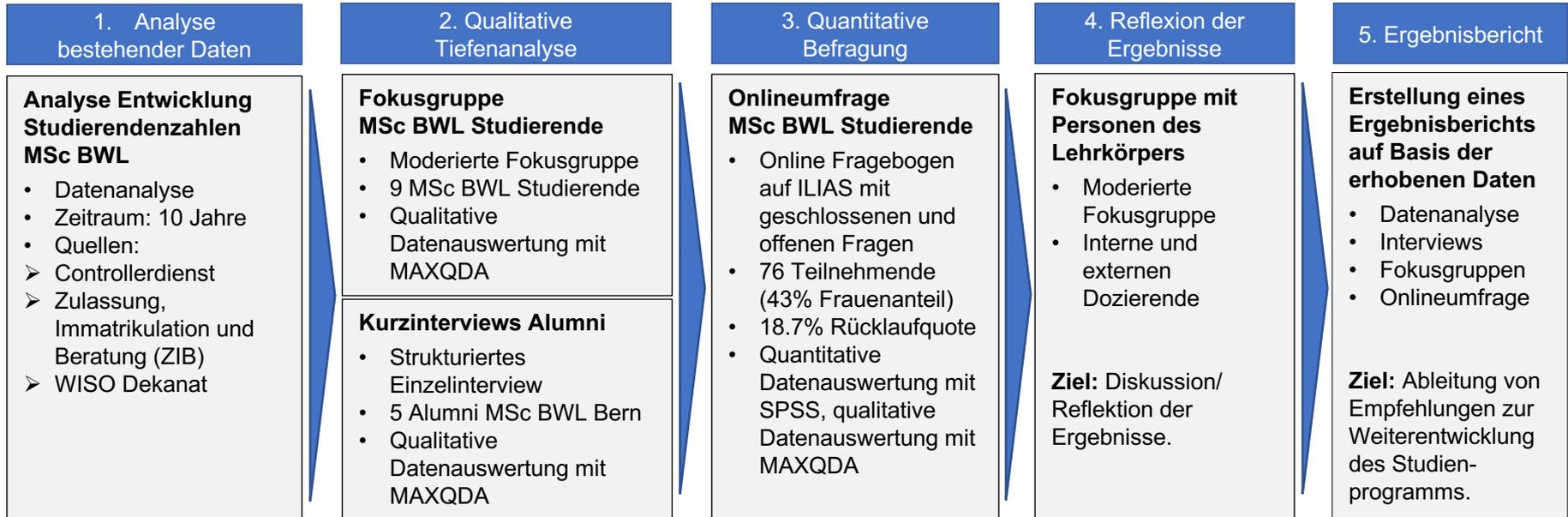
1. Zielsetzung, Design und Methodik

Zielsetzung und Evaluationsdesign



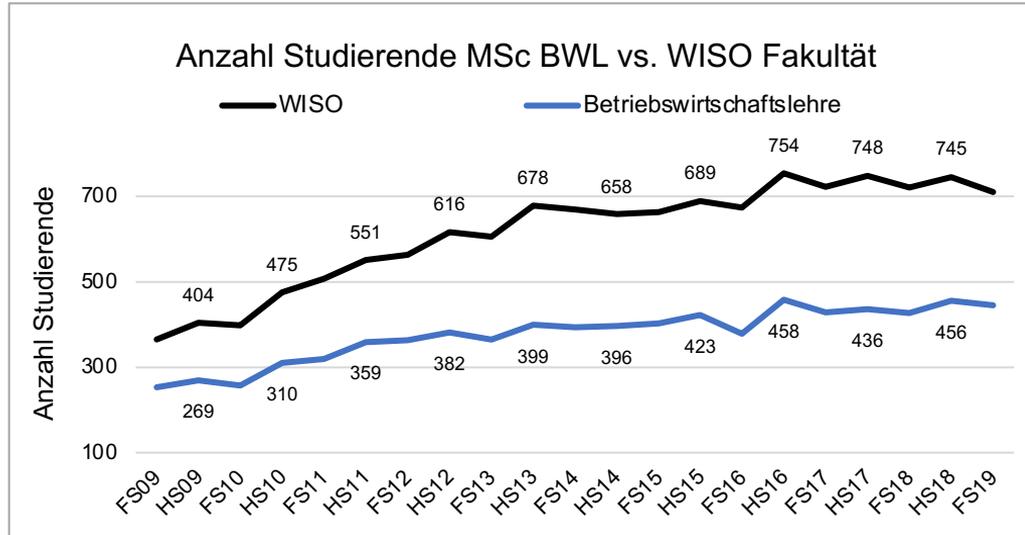
1. Zielsetzung, Design und Methodik

Mixed-Methods-Design



2. Entwicklung der Studierendenzahlen

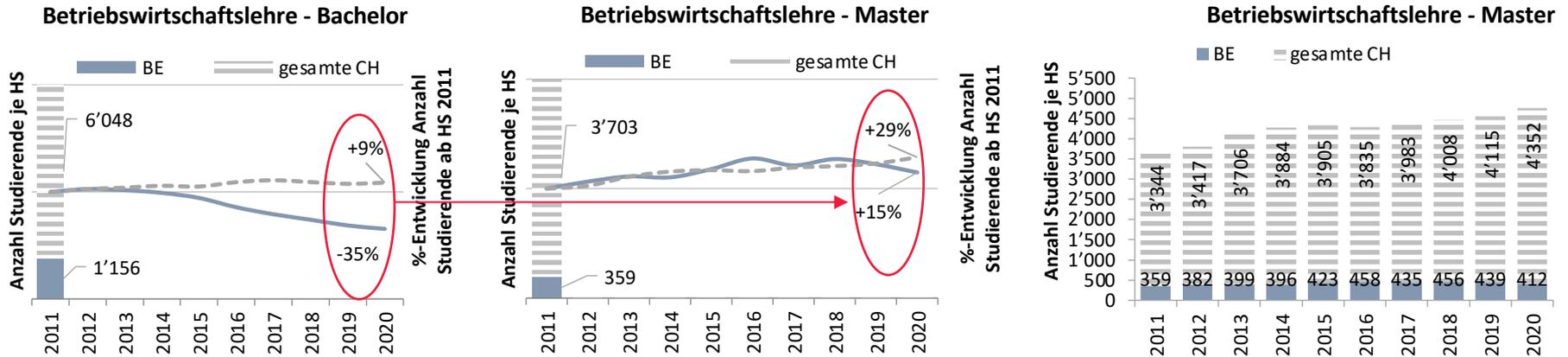
Seit 2017 sind die Studierendenzahlen im MSc BWL an der Universität Bern auf hohem Niveau.



Datenquelle: Zulassung, Immatrikulation und Beratung (ZIB)

2. Entwicklung der Studierendenzahlen

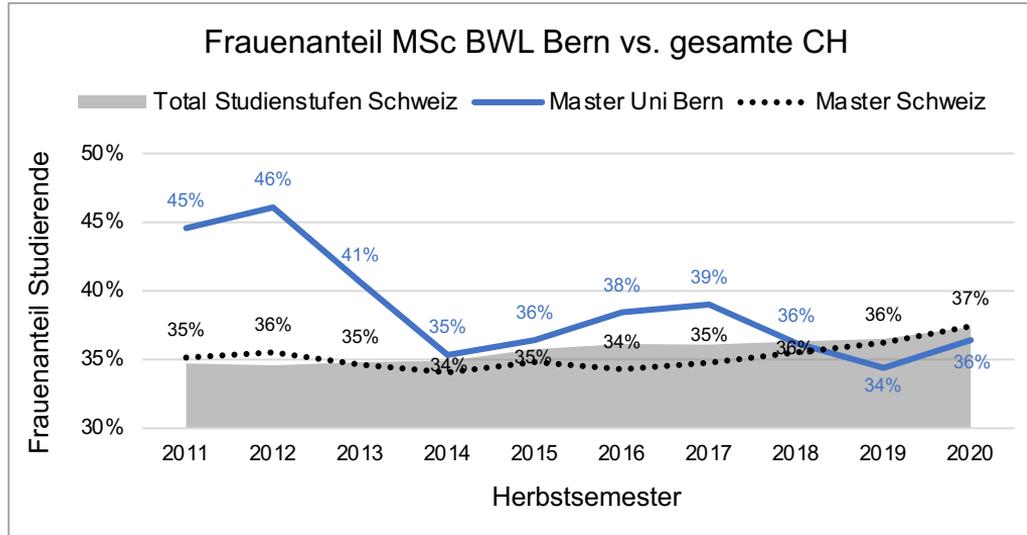
Die Studierendenzahlen im Bachelor und Master BWL an der Universität Bern sind im gesamtschweizerischen Vergleich abnehmend.



Datenquelle: Controllerdienst

2. Entwicklung der Studierendenzahlen

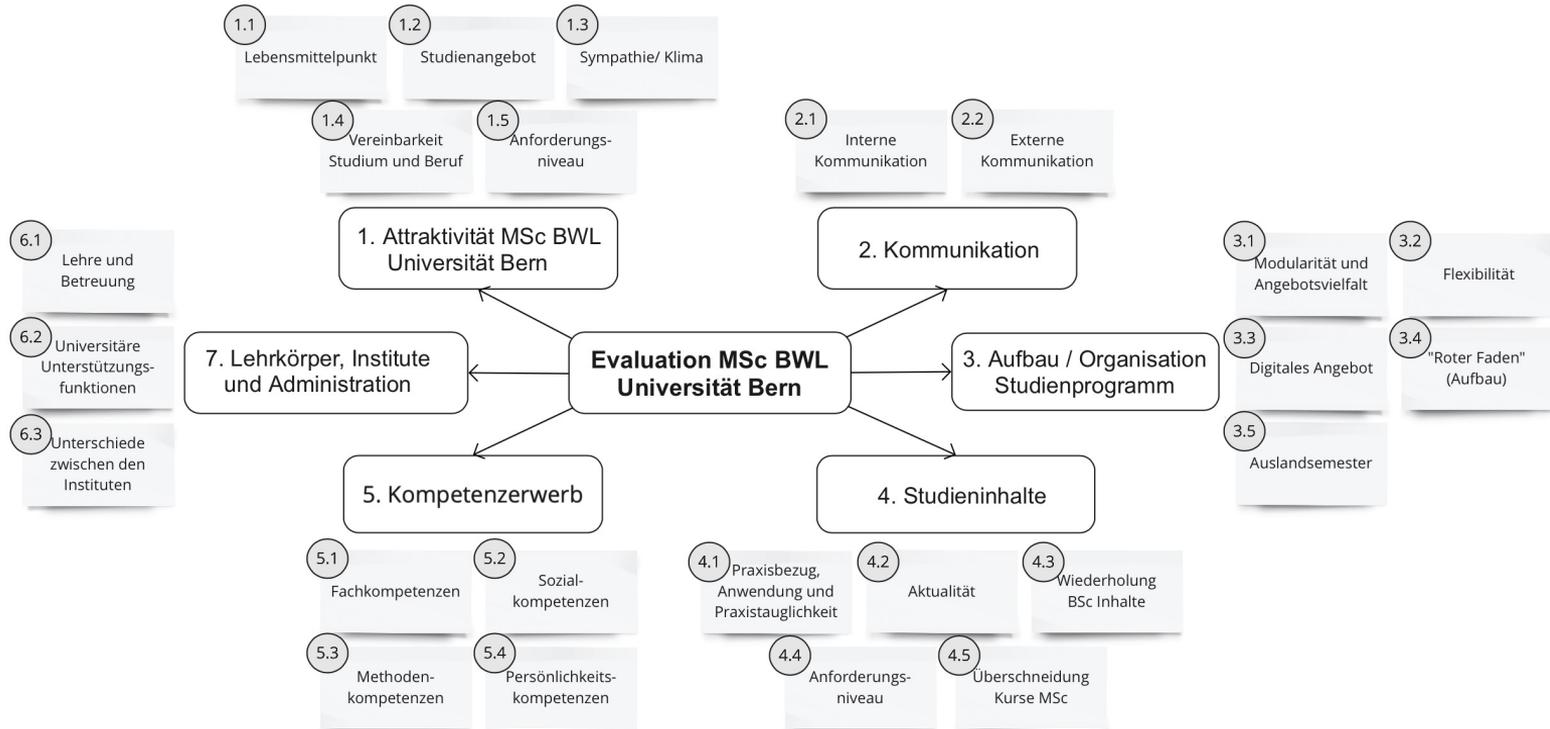
Der Frauenanteil im Master BWL an der Universität Bern ist seit 2012 um 10% gesunken und liegt seit 2018 ungefähr im schweizerischen Schnitt.



Datenquelle: Controllerdienst

3. Resultate Datenauswertung

Ergebnis der Datenauswertung: Kategoriensystem mit Ober- und Unterkategorien.



3. Resultate Datenauswertung

Kategorie 1: Attraktivität MSc BWL an der Universität Bern

Nr.	Unterkategorien	Themen
1.1	Lebensmittelpunkt	+ Nähe zum Wohnort und Arbeitsstelle, soziales Umfeld, vorherige Ausbildung -
1.2	Studienangebot	+ Kursangebot, Wahlmöglichkeiten, Qualität der Ausbildung, Berufschancen -
1.3	Sympathie/ Soziales Klima	+ Sympathie, Lernklima, Identifikation mit Universität -
1.4	Vereinbarkeit Studium und Beruf	+ Arbeitstätigkeit neben Studium möglich, Modularität, wählbare Prüfungstermine - Reputation
1.5	Anforderungsniveau	+ Arbeitstätigkeit neben Studium möglich - Tieferes Anforderungsniveau, Reputation

3. Resultate Datenauswertung

Kategorie 2: Kommunikation

Nr.	Unterkategorien	Themen
2.1	Interne Kommunikation	<ul style="list-style-type: none">+ Infos zu Prüfungen/ Prüfungstermine, Informationen zu Corona-Massnahmen- Infos zu Wahlmöglichkeiten, Studienplanung, Auslandsaufenthalte, Inkonsistenzen
2.2	Externe Kommunikation	<ul style="list-style-type: none">+ Auffindbarkeit der Webseite- Fehlende Angebotsdifferenzierung, keine Werbebotschaft, Unübersichtlichkeit

3. Resultate Datenauswertung

Kategorie 3: Aufbau und Organisation Studienprogramm

Nr.	Unterkategorien	Themen
3.1	Modularität & Angebotsvielfalt	<ul style="list-style-type: none"> + Angebotsbreite und Angebotstiefe, Kombinationsmöglichkeiten, flexible Planung - Pflichtkurse Fachmodule, zu wenig Kurse/ Vertiefungen
3.2	Flexibilität	<ul style="list-style-type: none"> + Podcasts, Modularität, freie Wahl der Prüfungstermins & Reihenfolge Kurse - Anwesenheitspflicht, Ausbaufähigkeit digitales Angebot (Podcasts)
3.3	Digitales Angebot	<ul style="list-style-type: none"> + Flexibilität, Vereinbarkeit Studium & Beruf, individuelles Lernen, Image - Angebotsausbau (u.a. Podcast), Qualität der Podcasts, Prüfungstools
3.4	"Roter Faden" (Aufbau)	<ul style="list-style-type: none"> + Aufbau Vertiefungen, Aufbau Fachmodule - Studium ist zu kurz, kein roter Faden erkennbar (vor allem inhaltlich)
3.5	Auslandsemester	<ul style="list-style-type: none"> + Positive Erfahrungen bei Austausch, Unterstützung vorhanden bei Bemühung - Studienzeit zu kurz für Austausch, wenig attraktive Austauschuniversitäten

3. Resultate Datenauswertung

Kategorie 4: Studieninhalte

Nr.	Unterkategorien	Themen
4.1	Praxisbezug, Anwendung und Praxistauglichkeit	<ul style="list-style-type: none"> + Praxisnaher als Bachelor, Bemühungen Dozenten um Praxisbezug/ Anwendung - Zu viel Theorie ohne Praxisbezug, zu wenig Anwendung, Auswendiglernen
4.2	Aktualität	<ul style="list-style-type: none"> + Bemühungen Dozenten um Aktualität der Inhalte - Viele Inhalte, Beispiele und Unterlagen sind veraltet, z.T. Wiederholungen
4.3	Wiederholung BSc Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> + Vertiefung der Inhalte (als Form der Wiederholung) - Reine Wiederholung der Inhalte (ohne Vertiefung)
4.4	Anforderungsniveau	<ul style="list-style-type: none"> + Wenig Aufwand für gute Noten, herausfordernde Fächer positiv - Anforderungsniveau zu tief, Unterschiede zwischen Instituten & andere Unis
4.5	Überschneidung Kurse MSc	<ul style="list-style-type: none"> + - Wiederholung der Inhalte zwischen MSc Vorlesungen, fehlende Koordination

3. Resultate Datenauswertung

Kategorie 5: Kompetenzerwerb

Nr.	Unterkategorien	Themen
5.1	Fachkompetenzen	<ul style="list-style-type: none"> + Wissensvermittlung, Kenntnisse von Theorien & Modellen, schriftliche Kompetenz - Präsentieren, EDV-Kenntnisse, Projektmanagement, Anwendung Theorien
5.2	Sozialkompetenzen	<ul style="list-style-type: none"> + Gruppenarbeiten, Austausch/Interaktion in Seminaren, Kontakt zu Mitstudierenden - Konfliktlösungsfähigkeiten, Soft-Skills (allg.) zu wenig gefördert
5.3	Methodenkompetenzen	<ul style="list-style-type: none"> + Ganzheitliches, analytisches & strukturiertes Denken, konzeptionelle Fähigkeiten - Innovationsfähigkeit, Kreativität, Unternehmerisches Denken
5.4	Persönlichkeitskompetenzen	<ul style="list-style-type: none"> + Eigenverantwortung, Belastbarkeit, Selbstreflexion, Kritikfähigkeit, Selbstkontrolle - Risikobereitschaft, Spontanität

3. Resultate Datenauswertung

Kategorie 6: Lehrkörper, Institute und Universitäre Unterstützungsfunktionen

Nr.	Unterkategorien	Themen
6.1	Lehre und Betreuung	+ Teilnehmerzahl, Fachkompetenzen Dozierende, inhaltliche Unterstützung - Veränderungsbereitschaft, lange Antwortzeiten, Vorbereitung der Inhalte
6.2	Unterschiede zwischen Instituten	+ Ausnahmen/ Sonderregelungen - Anforderungsniveau, Aufwand für ETCS, Richtlinien, Kommunikation
6.3	Universitäre Unterstützungsfunktionen	+ Studienfachberatung, Dekanat - Dekanat (lange Bearbeitungszeiten), KSL-Support

4. Handlungsempfehlungen

Bildung von Arbeitsgruppen zur Ausarbeitung konkreter Handlungsvorschläge.

	Fokus	Ziel und Zeithorizont	Beispiel eines Handlungsvorschlags
Arbeitsgruppe 1: Quick Wins	<ul style="list-style-type: none"> • Interne Kommunikation • Externe Kommunikation • Lehre & Betreuung • Auslandssemester 	Identifikation und Umsetzung von kurzfristig umsetzbaren Massnahmen. → 3-6 Monate	<i>Überarbeitung des Webauftritts zur Verbesserung der externen Kommunikation des Studienprogramms MSc BWL.</i>
Arbeitsgruppe 2: Vision	<ul style="list-style-type: none"> • Mission und Vision (neu) 	Erarbeitung und Verschriftlichung der Mission und Vision 2030 des Departements BWL. → 6-12 Monate	<i>Erarbeitung eines Mission-Statements und Vision-Statements:</i> <ul style="list-style-type: none"> – WAS machen wir? – WARUM machen wir das? – Für WEN machen wir das? – WO HIN wollen wir? – WIE wollen wir vorgehen?
Arbeitsgruppe 3: Studienprogramm & Studieninhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Modularität & Angebotsvielfalt • Aufbau Studienprogramm (inkl. Auslandssemester) • Praxisbezug & Anwendung • Aktualität & Anforderungsniveau • Überschneidungen & Wiederholungen • Methoden- & Fachkompetenzen 	Erstellung eines Konzepts zur Weiterentwicklung des Studienprogramms MSc BWL in Anlehnung an die Vision. → 18-24 Monate	<i>Durchführung einer Workshop-Reihe zur Aufarbeitung der Fokusthemen und Erarbeitung eines Konzeptes zur Weiterentwicklung des Studienprogramms MSc BWL.</i>

Begleitende Umsetzung

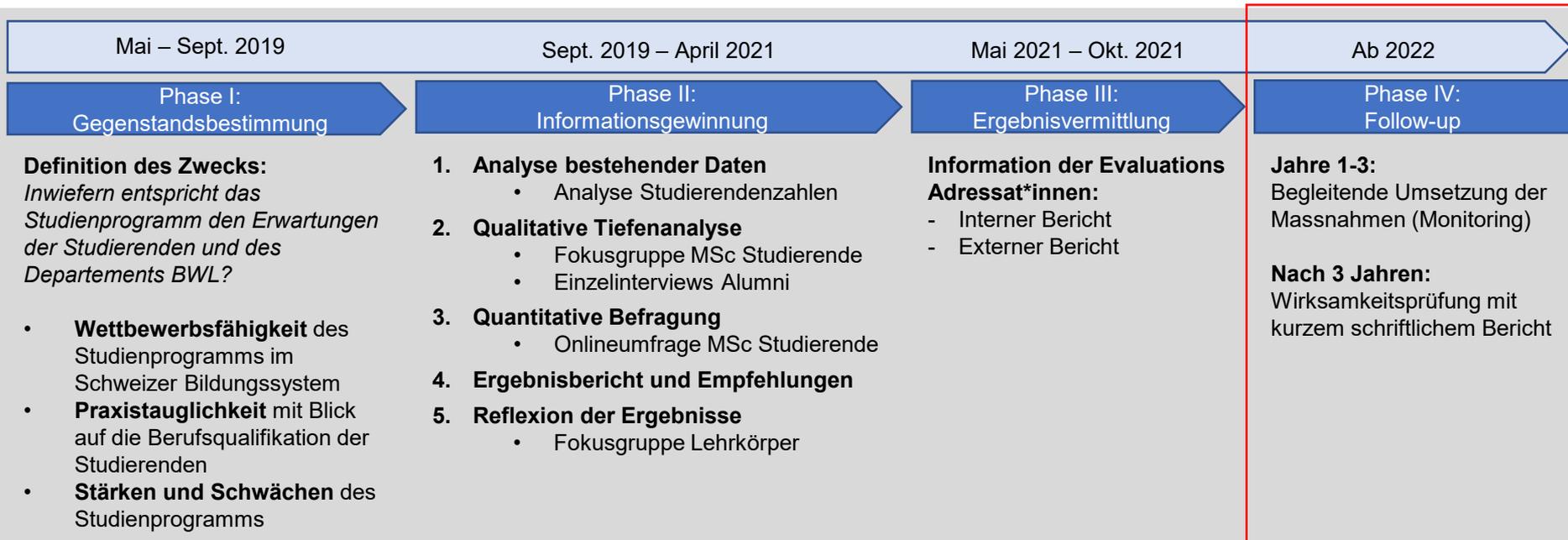
Zwischenbericht Mai 2022

Departement BWL

5. Mai 2022, Bern

1. Follow-Up Phase

Zielsetzung und Evaluationsdesign



2. Ausgangslage

Bildung der AG „Quick Wins“ und der AG „Vision“

- Basierend auf den Handlungsempfehlungen des Ergebnisberichts „Evaluation Master of Science in Business Administration“ beschloss das Departement BWL zwei Arbeitsgruppen einzurichten.
- AG 1 fokussierte auf sogenannte Quick Wins, das heisst kurzfristig umsetzbare Massnahmen zur Verbesserung des Studienprogramms.
- AG 2 fokussierte ihre Arbeit auf die langfristige Ausrichtung des Studienprogramms im Schweizer Ausbildungsmarkt.

1. Ergebnisse AG „Quick Wins“

Verbesserungsmassnahmen (1)

- Kurzfristige Verbesserungsmöglichkeiten vor allem im Bereich der kommunikativen Massnahmen
- Schritt 1: Aufzeigen der Ist-Situation
 - Bestandsaufnahme (IST) aller Kommunikationsmaterialien.
 - Strukturierte Zuordnung der Materialien auf Interessensgruppen und Events.
 - Verantwortlich: Departementsstab in Zusammenarbeit mit Kommunikationsrat
 - Zeitrahmen: Ende Juli 2022
- Schritt 2: Erarbeitung eines Soll-Zustands inklusiv Abweichungsanalyse:
 - Entwurf einer Students – Journey.
 - Soll-Ist Analyse.
 - Verantwortlich: Departementsstab in Zusammenarbeit mit Kommunikationsrat
 - Zeitrahmen: Ende September 2022

1. Ergebnisse AG „Quick Wins“

Verbesserungsmassnahmen (2)

- Schritt 3: Ableitung von Handlungsprioritäten, wo es zuerst neue oder weitere Materialien bzw. Events braucht mit Priorität auf der Attrahierung von Bachelorstudenten und dem Halten und Werben von Masterstudierenden.
 - Liste zu überarbeitender und neu zu erstellender Materialien
 - Inhaltliche Ausformulierung der Materialien
 - Grafische Umsetzung der Materialien
 - Verantwortlich: Departementsstab in Zusammenarbeit mit Kommunikationsrat
 - Zeitrahmen: Ende Dezember 2022
- Schritte 4: Jährliche Neuevaluierung der Kommunikationsmassnahmen und Materialien
 - Verantwortlich: Departementsstab in Zusammenarbeit mit Kommunikationsrat
 - Zeitrahmen: jährlich

3. Ergebnisse AG „Vision“

Diskussionspunkte

- Schärfung der Positionierung
 - Abgrenzungsoptionen zu konkurrierenden Masterangeboten, z.B.
 - Präsenz, hybrid, online
 - Anwendungsorientiert, forschungsorientiert
 - Vollzeit, berufsbegleitend
 - Priorisierung der zu vermittelnden Kompetenzen (Methoden, Fach, Sozial, Reflexion)
 - Ergänzung um spezialisierte Masterprogramme
 - Verbesserung der Vermarktung
- Zeithorizont Ende 2022