



School of  
Management and Law

**MyCompetence**

**Individuelle Entwicklung meets Qualitätssicherung**

**Dr. Ute Woschnack, Dr. Claude Müller Werder**



**Building Competence. Crossing Borders.**

# Thesen

- Studiengangziele beschreiben die Kompetenzen, mit denen Absolventen des Studiengangs in den Arbeitsmarkt eintreten
- Studierende, Lehrende und die institutionellen Rahmenbedingungen sind die Hauptelemente für die Erreichung der Studiengangziele
- Bei der Erfüllung des Lehr-Lern-Kontrakts geben die Studiengangziele Orientierung
- Das Lernen ist ein individueller Prozess, der Ownership liegt beim Studierenden
- Studiengänge bereiten einen effizienten Weg zur Erreichung der Studiengangziele, die Qualitätssicherung liegt bei der Studienleitung

# Philosophie von Assurance of Learning (AoL), AACSB

*“The systematic collection, review, and use of information about educational programs undertaken for the purpose of improving student learning and development”.*

AACSB 2007, p. 3

- Der Fokus von AoL liegt auf dem **studentischen Lernen**.
- Im Zentrum des Assurance of Learning stehen die **Abgangskompetenzen der Studierenden**
- Die Resultate von Messungen sollen dazu dienen, den **Fortschritt in der Kompetenzentwicklung** sichtbar zu machen und auf individueller und institutioneller Ebene **Entwicklungsmöglichkeiten** zu erkennen und anzuregen

# Modultafel als Orientierung - Ver(st)deckte Ziele

	Vertiefung Wissenschaft		Vertiefung Marketing		
<b>4</b> 21 ECTS	Master Arbeit 15 ECTS		International Marketing & Study Trip: Doing Business in Foreign Markets 6 ECTS		
<b>3</b> 21 ECTS	Integrierte Projekte: Consulting Projects (Problem Based Learning) 9 ECTS		Pricing & Business Models in the Digital Age 6 ECTS	Brand Management, Communications & Reputation Management 6 ECTS	
<b>2</b> 24 ECTS	Wissenschaftliches Arbeiten: Angewandte quantitative Methoden 3 ECTS	Integrierte Projekte: Vertiefung "Fact Based Marketing" 9 ECTS	Product, Service & Innovation Management 6 ECTS	Integrated Customer Management: Acquisition, Development & Retention 6 ECTS	
<b>1</b> 24 ECTS	Wissen. Arbeiten: Instrumente & Methoden (Market Research) 6 ECTS		Behavioral Marketing & Customer Focus 6 ECTS	Fact Based Marketing: Business Cases, Tools & Metrics 6 ECTS	Change Management & Leadership im Marketing 6 ECTS

# Modulübergreifende Sicht auf Studiengangziele

	Masterarbeit	International Marketing & Study Trip: Doing Business in Foreign Markets	Integrierte Projekte: Consulting Projects (PBL)	Pricing & Business in the Digital Age	Brand Management, Communication & Reputation Management	Wissenschaftliches Arbeiten: Angewandte quantitative Methoden	Integrierte Projekte: Vertiefung "Fact Based Marketing"	Integrated Customer Management: Acquisition, Development & Retention	Wissenschaftliches Arbeiten: Instrumente und Methoden (Market Research)	Behavioral Marketing & Customer Focus	Fact Based Marketing: Business Cases, Tools & Metrics	Change Management & Leadership im Marketing
Durchführung im Semester	4	4	3	3	3	2	2	2	1	1	1	1
Theorie- & Praxisrelevante Fachinhalte wissen & verstehen												
Theorie- & Praxisrelevante Fachinhalte anwenden, analysieren & synthetisieren		Fachwissen										
Theorie- & Praxisrelevante Fachinhalte beurteilen												
Problemlösung & Kritisches Denken												
Wissenschaftliche Methoden												
Arbeitsmethoden, -techniken & -verfahren												
Nutzung von Informationen												
Kreativität & Innovation												
Schriftliche Kommunikation												
Mündliche Kommunikation												
Kooperation im Team & Umgang mit Konflikten												
Interkulturalität & Perspektivenübernahme												
Selbstmanagement und Selbstreflexion												
Ethische und Soziale Verantwortung												
Lernen und Veränderung												

Überfachliche Kompetenzen

# Modulübergreifend

	Masterarbeit	International Marketing & Study Trip: Doing Business in Foreign Markets	Integrierte Projekte: Consulting Projects (PBL)	Pricing & Business in the Digital Age	Brand Management, Communication & Reputation Management)	Wissenschaftliches Arbeiten: Angewandte quantitative Methoden	Integrierte Projekte: Vertiefung "Fact Based Marketing"	Integrated Customer Management: Acquisition, Development & Retention	Wissenschaftliches Arbeiten: Instrumentelle und Methoden (Market Research)	Behavioral Marketing & Customer Focus	Fact Based Marketing: Business Cases, Tools & Metrics	Change Management & Leadership im Marketing
Durchführung im Semester	4	4	3	3	3	2	2	2	1	1	1	1
Theorie- & Praxisrelevante Fachinhalte wissen & verstehen	Fachwissen (Prüfung, Progress Test)											
Theorie- & Praxisrelevante Fachinhalte anwenden, analysieren & synthetisieren												
Theorie- & Praxisrelevante Fachinhalte beurteilen												
Problemlösung & Kritisches Denken	X		X	X			X		X			
Wissenschaftliche Methoden	X		X				X		X			
Arbeitsmethoden, -techniken & -verfahren						X		X				
Nutzung von Informationen	X			X			X		X			
Kreativität & Innovation		X		X								
Schriftliche Kommunikation	X					X			X			
Mündliche Kommunikation		X	X								X	X
Kooperation im Team & Umgang mit Konflikten			X	X	X	X			X		X	X
Interkulturalität & Perspektivenübernahme		X	X	X			X					
Selbstmanagement und Selbstreflexion									X			X
Ethische und Soziale Verantwortung				X					X			
Lernen und Veränderung					X							X



## Über myCompetence

myCompetence wurde entwickelt, um Sie bei der Bewertung von Kompetenzen zu unterstützen. Sie können einfach auf dem Tablet oder am Computer (myCompetence benötigt das Internet) Ihre Studierenden anhand von klaren Kriterien beurteilen. Welche Könnensstufe ist bzgl. einer bestimmten Kompetenz erreicht?

[Einloggen und los gehts](#)



### Planning

Die Dozierenden definieren passende Bewertungszeiträume und ermitteln, welche Kompetenzen sich in Ihrem Modul prüfen lassen.



### Assessing

Studierende bestimmen, wann sie bewertet werden möchten. Sie erhalten umgehend nach der Bewertung eine Übersicht und ggf. Tipps & Literaturhinweise.



### Reporting

Vergleichen Sie Ihre Bewertungen – Sie können Ihre eigenen Bewertungen im Semesterüberblick gegenüberstellen oder an denen anderer Studierenden messen.

# Kompetenzmanagement mit myCompetence

## Funktionen von myCompetence:

- Koordinationsfunktion
- Messfunktion
- Feedback- und Reportingfunktion



# Kompetenzmanagement mit myCompetence

## Nutzen von myCompetence für

- Akkreditierung insb. Assurance of Learning
- Qualitätsentwicklung Lehre (Modul- und Studiengangentwicklung)
- Reflexion und Entwicklung studentischer Lernprozess (selbstorganisiertes studentisches Lernen)

