

Beschluss der FIBAA-Zertifizierungskommission für Zertifi- kats- und Weiterbildungskurse



10. Sitzung am 18. Februar 2015

11/067

WU Executive Academy

Zertifikatskurs:

Werbung und Verkauf

Die FIBAA-Zertifizierungskommission für Zertifikats- und Weiterbildungskurse beschließt wie folgt:

Der Zertifikatskurs wird gemäß § 7 Abs. 2 i.V.m. § 10 Abs. 1 i.V.m. § 10 Abs. 2 i.V.m. § 10 Abs. 4 der Sonderbedingungen für die Vergabe des FIBAA-Qualitätssiegels für zertifizierte Weiterbildungskurse vom 01.01.2012 in der jeweils zum Vertragsschluss geltenden Fassung unter zwei Auflagen für fünf Jahre zertifiziert.

Zertifizierungszeitraum: 18. Februar 2015 bis 17. Februar 2020

Auflagen:

1. Hinsichtlich der Modularisierung ist
 - a) die Beschreibung der Fächer gemäß den Empfehlungen des ECTS-Leitfadens zu überarbeiten.
 - b) die Höhe des Workloads in Stunden pro ECTS-Punkt in einer Hochschulordnung zu regeln.
(siehe Kapitel 3.1)
2. Die Hochschule hat in die Verordnung über das Curriculum Regelungen über die Bearbeitungszeit der wissenschaftlichen Marketingstudie und die Angabe, in welchem Semester sie zu absolvieren ist, zu integrieren.
(siehe Kapitel 3.1)

Die Auflagen sind erfüllt.

**Beschluss der FIBAA-Zertifizierungskommission für Zertifikats- und
Weiterbildungskurse (F-ZK ZERT) am 15. März 2017.**

Das Qualitätssiegel der FIBAA wird vergeben.



Gutachterbericht

Anbieter:

Wirtschaftsuniversität Wien

Zertifikatskurs:

Universitätslehrgang Werbung & Verkauf

Anforderungsniveau des Europäischen Qualifikationsrahmens für Lebenslanges Lernen:

5

Kurzbeschreibung des Zertifikatskurses:

Der Universitätslehrgang „Werbung und Verkauf“ ist ein berufsbegleitender Weiterbildungskurs in den Bereichen Werbung, Marketing und Verkauf. Er richtet sich an Personen mit Berufserfahrung oder Branchenwissen und vermittelt ihnen Kenntnisse, um sie für Tätigkeiten im mittleren und höheren Management sowie die selbständige Führung eines Unternehmens vorzubereiten. Der Fokus liegt dabei auf dem Praxisbezug, um die Berufsqualifikation der Absolventen zu fördern.

Datum der Verfahrenseröffnung: 02. Februar 2012

Datum der Einreichung der Unterlagen: 07. Mai 2013

Datum der Begutachtung vor Ort (BvO): 26./27. September 2013 BvO in Wien sowie Telefonkonferenz am 19. September 2014

Zertifizierungsart: Zertifizierung

Zertifiziert im Cluster mit: Universitätslehrgang „Akademische/r Diplom-BetriebswirtIn“ (Programmakkreditierung)

Studienform: Teilzeit

Erstmaliger Start des Zertifikatskurses: 1949/50

Aufnahmekapazität: 60-90 Teilnehmer

Start zum: Oktober bis Februar des übernächsten Jahres

Kursanfängerzahl: 60-90

Umfang der ECTS-Punkte des Zertifikatskurses: 60

Stunden (Workload) pro Credit: 25

Angestrebtes Niveau gemäß Europäischen Qualifikationsrahmen (EQR): 5

Datum der Sitzung der FIBAA-Zertifizierungskommission: 19. Februar 2015

Beschluss: Der Kurs wird mit zwei Auflagen für fünf Jahre zertifiziert.

Zertifizierungszeitraum: 18. Februar 2015 bis 17. Februar 2020

Auflagen:

1. Hinsichtlich der Modularisierung ist
 - a) die Beschreibung der Fächer gemäß den Empfehlungen des ECTS-Leitfadens zu überarbeiten.
 - b) die Höhe des Workloads in Stunden pro ECTS-Punkt in einer Hochschulordnung zu regeln.
(siehe Kapitel 3.1)
2. Die Hochschule hat in die Verordnung über das Curriculum Regelungen über die Bearbeitungszeit der wissenschaftlichen Marketingstudie und die Angabe, in welchem Semester sie zu absolvieren ist, zu integrieren.
(siehe Kapitel 3.1)

Die Erfüllung der Auflagen ist bis zum 18. November 2015 zu nachzuweisen.

Betreuer:

Annette Korn Dipl.-Kffr./Dr. Peter Hesse

Gutachter:

Prof. Dr. em. Hans-Peter Liebmann

Universität Graz

Institut für Marketing

Marketing, Handelsbetriebslehre, Management insbesondere Innovationsmanagement, Distributionslogistik, Marktforschung

Prof. Dr. Ulrich Hofmann

Hochschule für Angewandte Wissenschaften, Hamburg

Informationsmanagement, Betriebswirtschaft, E-Business, Marketing, Services, Weiterbildung

Wolfgang Hähner

Wolfgang Hähner Unternehmensberatung

St. Augustin

Geschäftsführer

Personalwirtschaft, MaWi, Finanzen, Controlling, Organisation, Informatik, Public Relations
Marketing

Johan Filip Axenpalm

HWR Berlin

Studierender "International Marketing Management" (M.A.)

Abgeschlossen: "International Business Management" (B.A.)

Zusammenfassung¹

Bei der Bewertung wurden die Selbstdokumentation, die Ergebnisse der Begutachtung vor Ort und die Stellungnahme der WU Executive Academy der Wirtschaftsuniversität Wien berücksichtigt.

Der Universitätslehrgang Werbung & Verkauf der WU Executive Academy der Wirtschaftsuniversität Wien erfüllt mit vier Ausnahmen die FIBAA-Qualitätsanforderungen für Zertifikatskurse und kann von der Foundation for International Business Administration Accreditation (FIBAA) unter zwei Auflagen zertifiziert werden. Er ist modular gegliedert und mit ECTS-Punkten versehen. Das Kurskonzept orientiert sich an wissenschaftsadäquaten fachlichen und überfachlichen Zielen, so dass das Niveau 5 des Europäischen Qualifikationsrahmens für Lebenslanges Lernen (EQR) erreicht wird.

Handlungsbedarf sehen die Gutachter in folgenden Punkten. Daher empfehlen sie, die Zertifizierung mit folgenden Auflagen zu verbinden:

1. Hinsichtlich der Modularisierung ist
 - a) die Beschreibung der Fächer gemäß den Empfehlungen des ECTS-Leitfadens zu überarbeiten
 - b) die Höhe des Workloads in Stunden pro ECTS-Punkt in einer Hochschulordnung zu regeln.
(siehe Kapitel 3.1)
2. Die Hochschule hat in die Verordnung über das Curriculum Regelungen über die Bearbeitungszeit der wissenschaftlichen Marketingstudie und die Angabe, in welchem Semester sie zu absolvieren ist, zu integrieren.
(siehe Kapitel 3.1)

Die Erfüllung der Auflagen ist bis zum 18. November 2015 nachzuweisen.

Die weiteren nicht erfüllten Qualitätsanforderungen (Netzwerkbildung (4.3), Qualitätssicherung durch das Lehrpersonal (5.3.2), Fremdevaluation durch Alumni, Arbeitgeber und weitere Dritte (5.3.3), Certificate Supplement (5.4.2)) sind keine Asterisk-Kriterien, sodass von weiteren Auflagen abzusehen ist und die ggf. getroffenen Maßnahmen zur Behebung dieser Mängel im Rahmen einer allfälligen Re-Zertifizierung zu betrachten sind.

Die Gutachter sehen darüber hinaus Weiterentwicklungspotenzial für den Universitätslehrgang zu folgenden Aspekten:

- Statistische Daten (siehe Kapitel 0.2)
- Verordnung über das Curriculum (siehe Kapitel 3.1)
- Fachübergreifende Abschlussprüfungen (siehe Kapitel 3.1)
- Didaktisches Konzept (siehe Kapitel 3.4)
- Netzwerkbildung (siehe Kapitel 4.3)
- Workloaderhebung (siehe Kapitel 5)
- Qualitätssicherung durch das Lehrpersonal (siehe Kapitel 5)
- Externe Evaluierung (siehe Kapitel 5)
- Certificate Supplement (siehe Kapitel 5.4.2),

¹ Lediglich zur Vereinfachung der Lesbarkeit des Gutachterberichtes erfolgt im Folgenden keine geschlechtsneutrale Differenzierung, sondern wird ausschließlich die männliche Form verwendet. Selbstverständlich ist seine Ausrichtung in jedem Fall geschlechtsunabhängig.

Die ggf. getroffenen Maßnahmen der Institution zur Umsetzung der Empfehlungen sind im Rahmen einer allfälligen Re-Zertifizierung zu betrachten.

Darüber hinaus gibt es eine Reihe von Kriterien, welche die Qualitätsanforderungen übertreffen:

- Integration von Theorie und Praxis (vgl. Kap. 3.2)
- Employability (vgl. Kap. 3.5)
- Praxiskenntnisse des Lehrpersonals (vgl. Kap. 4.1)
- Betreuung der Teilnehmer durch die Lehrenden (vgl. Kap. 4.1)
- Quantität, Qualität sowie Media und IT-Ausstattung der Unterrichtsräume (vgl. Kap. 4.5)
- Zugangsmöglichkeiten zur erforderlichen Literatur (vgl. Kap. 4.5)

Zur Gesamtbewertung siehe das Qualitätsprofil im Anhang.

0.1 Informationen zur Institution

Die Wirtschaftsuniversität Wien (im Folgenden abgekürzt WU) ist die größte Wirtschaftsuniversität Europas. Die unter der Organisationseinheit WU Executive Academy gebündelten Weiterbildungsprogramme zielen darauf ab, den steigenden Bedarf an Life-Long-Learning und beruflicher Weiterentwicklung abzudecken. Das Produktportfolio umfasst MBA, LLM und MBL Programme, Firmenprogramme, Seminare und Universitätslehrgänge, die nach dem Universitätsgesetz 2002 zu den außerordentlichen Studien gehören. Alle Programme der WU Executive Academy richten sich an aktive und potenzielle Führungskräfte und verbinden Praxisnähe mit dem wissenschaftlichen Wissen und den Ressourcen der Wirtschaftsuniversität Wien. Für ihre Veranstaltungen greift die WU Executive Academy auf ca. 1.200 Forscher an der WU und auf über 200 Wissenschaftler von Partneruniversitäten weltweit zurück. Derzeit werden von der WU Executive Academy folgende Weiterbildungsprogramme angeboten:

A) MBA/LLM/MBL Programme:

- 1) Professional MBA mit 10 Spezialisierungsmöglichkeiten in Banking Management (In-House-Programm mit der Sparkassenakademie Bonn), Controlling, Energy Management, Entrepreneurship and Innovation (Kooperation mit der TU Wien), Finance, Health Care Management, Marketing and Sales, Project and Process Management, Public Auditing (In-House Programm mit dem österreichischem Rechnungshof), Social Management
- 2) International Tax Law (LLM)
- 3) Master of Business Law (MBL)

B) Corporate Management Development:

Angepasst an die Ziele des Unternehmens und den Anforderungen der jeweiligen Branche bietet die WU Executive Academy unternehmensspezifische Firmenprogramme. Dazu gehören folgende Formate: Corporate University (Inhouse Universitätslehrgänge und MBA Programme), (Senior) Executive Programme und Executive Lounge, Management Development Programme, High Potential Programme, Einzel- und Gruppencoachings, Executive Lounge und Offene Seminare.

C) Universitätslehrgang Akademische/r Diplom BetriebswirtIn:

Mit dem Universitätslehrgang Akad. Diplom BetriebswirtIn ist ein Angebot für berufstätige Studierende geschaffen worden, das es ermöglichen soll, berufsbegleitend einen dem ersten Studienabschluss gleichwertigen Abschluss zu erreichen. Die Lehrinhalte haben einen hohen betriebswirtschaftlichen Anteil und fokussieren sich auf die Schwerpunkte Marketing und Integrierte Kommunikation mit besonderer Berücksichtigung der Branchen Tourismus, Werbung & Verkauf, Marktforschung und Versicherungswirtschaft.

D) Universitätslehrgänge:

Universitätslehrgänge richten sich primär an Personen, die sich Wissen in branchenspezifischen oder funktionsspezifischen Bereichen aneignen wollen, respektive vertiefen möchten. Die Teilnehmer schließen mit einem staatlich anerkannten WU-Zertifikat ab. Folgende Universitätslehrgänge werden zum Teil schon seit Jahrzehnten angeboten: Health Care Management, Post Graduate Management, Projekt- und Prozessmanagement, Sozialmanagement, Tourismuswirtschaft, Versicherungswirtschaft sowie Werbung & Verkauf.

0.2 Weiterentwicklung des Zertifikatskurses, Statistische Daten und Evaluationsergebnisse.

Die Hochschule erklärt, dass der Kurs bis zum Jahre 2010 viersemestrig war. Dann wurde er auf drei Semester umgestellt. Die Hochschule liefert unter anderem folgende statistische Daten zum Jahrgang, der zum Wintersemester 2012 startete:

Beruflicher Hintergrund Branche (n=61)	n	%
Bank/Finanz/Versicherung	3	5
Handel	7	11
Dienstleistungen/Immobilien	4	6,5
IT/Telekommunikation	6	10
Konsumgüter	17	28
Medien/Werbung	15	25
Tourismus/Freizeit/Verkehr	5	8
Keine Angabe	4	6.5

Die Hochschule erklärt ferner, dass sie generell eine Erfolgsquote von 80 bis 90 Prozent verzeichnen kann. 10 bis 15 Prozent der Teilnehmer haben derzeit einen Migrationshintergrund. Der Anteil weiblicher Teilnehmer lag lange Zeit bei etwa zwei Dritteln, aktuell liegt er bei circa 50 Prozent.

Bewertung:

Die Gutachter begrüßen es, dass die Hochschule statistische Daten zum Universitätslehrgang eingereicht hat. Sie konnten sich jedoch über die Weiterentwicklung des Zertifikatskurses kein abschließendes Bild machen, da Daten fehlten über die Bewerberquote, die Kursanfängerzahlen, den Auslastungsgrad, die Abbrecherquote, die Erfolgsquote, die durchschnittliche Abschlussnote, den genauen Prozentsatz ausländischer Teilnehmer, jeweils aufgeschlüsselt nach Kurs und Geschlecht. Die Gutachter sprechen der Hochschule gegenüber die Empfehlung aus, die genannten Daten zu erheben, um sie für die Weiterentwicklung des Lehrganges nutzen zu können.

Darstellung und Bewertung im Einzelnen

1. Ziele und Strategie

1.1 Logik und Nachvollziehbarkeit der Zielsetzung des Kurskonzeptes (Asterisk-Kriterium)

Die Verordnung über das Curriculum des Universitätslehrganges erklärt zu den Zielen: „Der Universitätslehrgang „Werbung und Verkauf“ vermittelt eine berufliche Weiterbildung [...]. Er richtet sich an Personen mit Berufserfahrung oder Branchenkenntnissen in den Bereichen Werbung, Marketing und Verkauf, die eine berufsbegleitende Aus- und Weiterbildung anstreben. Der Universitätslehrgang [...] vermittelt speziell auf den oben genannten Personenkreis abgestimmte, praxisorientierte und international ausgerichtete Kenntnisse. Die [...] Absolventen werden auf eine qualifizierte Tätigkeit im mittleren und höheren Management sowie für die selbständige Unternehmensführung vorbereitet.“

Nach Angabe der Hochschule ist eine Beschäftigung sowohl in der Privatwirtschaft als auch in der öffentlichen Wirtschaft und bei Nonprofit-Organisationen das Ziel. Besonderer Wert wird darauf gelegt, die Berufsqualifikation der Absolventen sicherzustellen und einen starken Praxisbezug herzustellen.

Die Kompetenzen der Teilnehmer werden durch eine theoretisch und methodisch basierte Einführung in den aktuellen Stand der wissenschaftlichen Diskussion entwickelt. Auf dieser Grundlage können die Teilnehmer Forschungsergebnisse rezipieren. Zudem schafft es die Basis für weitere Weiterbildungen und fördert die Fähigkeit, Innovationen im Beruf umzusetzen. Die Absolventen verfügen über ausgeprägte Handlungs- und Problemlösungskompetenzen in den Bereichen Marketingmanagement, Markt- und Unternehmenskommunikation und Salesmanagement. Die Weiterentwicklung von Managementfähigkeiten und Sozialkompetenz rundet die Fähigkeit der Absolventen ab.

Nach Abschluss des Lehrganges sind die Absolventen in der Lage, sich in wirtschaftsbezogene Tätigkeitsbereiche, die auf die Schwerpunkte des Lehrganges bezogen sind, einzuarbeiten.

Bewertung:

Die Zielsetzung des Universitätslehrganges legt die Hochschule schlüssig und verständlich dar. Die wissenschaftliche Befähigung, die Berufsbefähigung und die persönliche Entwicklung sind Teil des Konzeptes. Die Zielsetzung orientiert sich an wissenschaftsadäquaten, an fachlichen sowie überfachlichen Zielen, die dem angestrebten Abschlussniveau entsprechen. Der Zertifikatskurs trägt den Erfordernissen des Europäischen Qualifikationsrahmens für den Hochschulbereich Rechnung.

		Exzellent	Qualitätsanforderung übertroffen	Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
1.	Ziele und Strategie					
1.1*	Logik und Nachvollziehbarkeit der Zielsetzung des Kurskonzeptes (Asterisk-Kriterium)			X		

1.2 Positionierung des Zertifikatskurses

Seit seiner Begründung 1949/50 hat der Universitätslehrgang ca. 4.500 Absolventen hervor- gebracht. Er wurde ins Leben gerufen, um den Auszubildenden durch eine kurze und fach- spezifische Ausbildung einen Berufsstart mit Karrieremöglichkeit zu bieten. Damit ist er Teil des von der WU Wien seit Jahrzehnten angebotenen Programms von Kurzstudien mit star- kem Praxisbezug, das mittlerweile organisatorisch in der WU Executive Academy angesie- delt ist. Bei dem Universitätslehrgang handelt es sich um ein Weiterbildungsangebot für Per- sonen mit Berufspraxis bzw. Branchenkenntnissen in den Bereichen Werbung, Marketing und Verkauf. Auf diese Zielgruppe abgestimmt vermittelt das Programm praxisorientiert sei- ne Kenntnisse. Die Teilnehmer werden auf qualifizierte Tätigkeiten im mittleren und höheren Management bzw. die selbstständige Unternehmensführung vorbereitet.

Bewertung:

Aufgrund des beschriebenen Profils und der angestrebten Qualifikations- und Kompetenzzie- le ist der Zertifikatskurs nachvollziehbar im Weiterbildungs- und Arbeitsmarkt positioniert. Die Einbindung des Zertifikatskurses in das strategische Konzept der Hochschule ist hinrei- chend beschrieben und auch in Relation zum weiteren Angebot der Institution an weiterbil- denden und praxisorientierten Programmen nachvollziehbar dargelegt. Der Universitätslehr- gang ist damit Teil einer langen Tradition der Weiterbildung der Hochschule. Die Qualifikati- onsziele des Universitätslehrganges entsprechen dem Leitbild und der strategischen Pla- nung der Hochschule.

		Exzellent	Qualitäts- anforderung übertroffen	Qualitäts- anforderung erfüllt	Qualitäts- anforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
1.	Ziele und Strategie					
1.2	Positionierung des Zertifikatskurses					
1.2.1	Positionierung im Weiterbildungs- und Arbeitsmarkt			X		
1.2.2	Positionierung im strategischen Konzept der Institution			X		

1.3 Internationale Ausrichtung

Nach Information der Hochschule will sie mit dem Universitätslehrgang nicht dezidiert über den regionalen und nationalen Rahmen hinausgehend ausbilden. Der Lehrgang steht zwar Studierenden aus dem Ausland offen, ist jedoch nicht explizit international ausgerichtet.

Bewertung:

Mit dem Universitätslehrgang verfolgt die Hochschule keinen ausdrücklich internationalen Anspruch. Weil das langjährig erprobte Kurskonzept auf den nationalen Markt zugeschnitten ist, halten die Gutachter eine explizit internationale Ausrichtung für nicht erforderlich.

		Exzellent	Qualitätsanforderung übertroffen	Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
1.	Ziele und Strategie					
1.3	Internationale Ausrichtung					X

2. Zulassung

Der Universitätslehrgang richtet sich – wie sein Name bereits erklärt – an Personen mit Berufserfahrung oder Branchenkenntnissen in den Bereichen Werbung, Marketing und Verkauf, die eine berufsbegleitende Aus- und Weiterbildung anstreben.

Die Verordnung über das Curriculum erklärt zur Zulassung: „Die Zulassung [...] erfolgt durch ein Aufnahmeverfahren, bei dem die schulische Ausbildung, Praxiserfahrungen, Branchenkenntnisse und bisherige Weiterbildungen in eine ganzheitliche Bewertung einfließen. Die Auswahl jener Bewerberinnen und Bewerber [...] erfolgt durch [...] den Lehrgangsleiter. Voraussetzung für die Zulassung ist eine angemessene Vorbildung in der Form der allgemeinen Hochschulreife (Reifeprüfung) oder eines gleichwertigen Abschlusses einer anerkannten in- oder ausländischen Bildungseinrichtung sowie eine dem Ziel des Universitätslehrganges [...] dienliche mehrjährige Berufserfahrung.

Detailliertere Angaben finden sich in der Broschüre zum Studiengang, wo dargelegt ist, dass Bewerber mit akademischem Abschluss über sechs Monate Berufserfahrung, Bewerber mit Matura über zwölf Monate Berufserfahrung und Bewerber ohne Matura über 48 Monate Berufserfahrung verfügen müssen.

Bewertung:

Der Universitätslehrgang richtet sich an eine bestimmte Zielgruppe. Diese ist anhand der Vorkenntnisse bzw. der Berufserfahrung bezüglich der Branche, auf die der Lehrgang sich bezieht, und anhand des Bildungsniveaus der Hochschulreife definiert.

Die Zulassungsbedingungen sind definiert und nachvollziehbar. Sie berücksichtigen die Besonderheiten der in Kapitel 1.1 definierten Zielgruppe. Sie sind so angelegt, dass sie das Erreichen der Lernziele, insbesondere einer praxisorientierten Weiterbildung, fördern.

		Exzellent	Qualitätsanforderung übertroffen	Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
2. Zulassung						
2.1*	Fokussierung auf Zielgruppe (Asterisk-Kriterium)			X		
2.2*	Zulassungsbedingungen (Asterisk-Kriterium)			X		

3. UMSETZUNG

3.1 Struktur

Der Universitätslehrgang soll in drei Semestern absolviert werden. Er soll auf die Anforderungen Berufstätiger zugeschnitten sein. Der Unterricht erfolgt daher an drei bis vier Abenden in der Woche (Montag bis Donnerstag) und Samstagen oft in Form von Blockseminaren. Der Lehrgang wird mit 60 ECTS-Punkten kreditiert. Die Module tragen im Fall des Universitätslehrgangs die Bezeichnung Fächer. Im ersten Semester wird das Fach Common Body of Knowledge absolviert (17 ECTS-Punkte). Daran schließen sich im zweiten bis dritten Semester die Fächer Kommunikation und Werbung (14 ECTS-Punkte), Verkauf (8 ECTS-Punkte), Marketing (6 ECTS-Punkte) sowie Rechtliche Grundlagen und Werberecht (5 ECTS-Punkte) auf, in denen die Spezifika des Lehrganges gelehrt werden. 10 ECTS-Punkte entfallen auf die wissenschaftliche Marketingstudie als eine Art Abschlussarbeit. Als Arbeitsaufwand für die Erlangung eines ECTS-Punktes veranschlagt die Hochschule, wie aus der Curriculumsübersicht errechnet werden kann, 25 Stunden. Daraus ergibt sich ein Gesamtworkload des Lehrganges von 1.500 Stunden.

Die Prüfungen regelt die Verordnung über das Curriculum wie folgt: „Die [...] angeführten Prüfungsarten sind in der Prüfungsordnung der Wirtschaftsuniversität Wien definiert. Diese Verordnung bildet gemeinsam mit der Prüfungsordnung ein Curriculum gemäß § 25 Abs. 1 Z 10 Universitätsgesetz 2002.“ Weiterhin heißt es dort: „Die Lehrveranstaltungsleiter legen die jeweiligen Beurteilungskriterien ihrer Lehrveranstaltungen fest. [...] Die Beurteilung der wissenschaftlichen Marketingstudie erfolgt durch den Betreuer. [...] Die Lehrveranstaltungen und Prüfungen [...] sowie die wissenschaftliche Marketingstudie sind mit „sehr gut“ (1), „gut“ (2), „befriedigend“ (3), „genügend“ (4) oder „nicht genügend“ (5) zu beurteilen. Wenn diese Form der Beurteilung unmöglich oder unzweckmäßig ist, hat die positive Beurteilung „mit Erfolg teilgenommen“, die negative Beurteilung „ohne Erfolg teilgenommen“ zu lauten.“

Bewertung:

Die Struktur des Lehrganges ist adäquat beschrieben. Sie dient der Zielsetzung des Lehrganges und fördert den Wissens- und Kompetenzerwerb der Teilnehmer.

Die ECTS-Elemente (Prinzip der Modularisierung, Credit-Points und Workload-Vorgaben) sind weitgehend realisiert. Die Syllabi, wie die Beschreibungen der Fächer hier genannt werden, geben teilweise in adäquater Weise Aufschluss über die Lernziele – sie sind outcomeorientiert beschrieben – und den Kompetenzerwerb. Was die Modularisierung anbelangt monieren die Gutachter jedoch, dass

- a) in den Syllabi zwar Beschreibungen der einzelnen Kurse, nicht jedoch der Fächer, denen sie zugeordnet sind, vorhanden sind, sie somit nicht den Empfehlungen des ECTS-Leitfadens entsprechen.
- b) der Workload pro ECTS-Punkt von 25 Stunden lediglich aus der Curriculumsübersicht ersichtlich, nicht aber in einer Hochschulordnung festgelegt ist.

Sie empfehlen daher, der Hochschule gegenüber diesbezüglich eine **Auflage** auszusprechen (Bezüglich der Empfehlungen aus dem ECTS-Leitfaden verweisen die Gutachter auf die FIBAA-Vorlage für die Modulbeschreibungen für Zertifikatskurse.). Die Module schließen nicht mit einer modulübergreifenden Prüfung ab. Somit ist durch die Vielzahl an Einzelprüfungen die Prüfungsdichte hoch, jedoch noch vertretbar, was die Teilnehmer in Gesprächen vor Ort bestätigt haben. Die Gutachter sprechen der Hochschule gegenüber die Empfehlung aus, einzelne Prüfungen durch übergreifende, fachabschließende Prüfungsgespräche zu ersetzen.

Studien- und Prüfungsregularien sind in der Verordnung über das Curriculum niedergelegt, welche sich an den Grundsätzen von Hochschulprüfungs- und Studienordnungen orientieren. Die strukturellen Besonderheiten für den Universitätslehrgang sind umgesetzt. Jedoch monieren die Gutachter, dass in der Verordnung Regelungen über die Bearbeitungszeit der wissenschaftlichen Marketingstudie und Angaben, in welchem Semester sie zu absolvieren ist, fehlen. Die Gutachter empfehlen daher, der Hochschule gegenüber eine entsprechende **Auflage** auszusprechen. Außerdem sprechen die Gutachter hinsichtlich der Verordnung über das Curriculum der Hochschule gegenüber die Empfehlung aus, sämtliche Regelungen zum Universitätslehrgang in ihr zentral zu bündeln, damit Rechte und Pflichten von Hochschule und Teilnehmern transparent sind.

		Exzellent	Qualitätsanforderung übertroffen	Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
3.	Umsetzung					
3.1	Struktur					
3.1.1	Struktureller Aufbau des Zertifikatskurses (Lehrveranstaltungen, Wahlmöglichkeiten etc.)			X		
3.1.2*	Berücksichtigung des „European Credit Transfer and Accumulation System (ECTS)“ und der Modularisierung (Asterisk-Kriterium)				Auflage	
3.1.3*	Studien- und Prüfungsregularien (Asterisk-Kriterium)				Auflage	

3.2 Inhalte

Als Übersicht über die Inhalte des Curriculums und die Gewichtung der einzelnen Kurse hat die Hochschule folgende Tabelle eingereicht:

Veranstaltungsbezeichnung	ECTS pro Semester						Workload			Veranstaltungsform z.B. Vorlesung, Seminar	Prüfungsleistungen im Zeitaquivalent von 1 h = 60 Min	Gewicht für Gesamtnote
	1.	2.	3.	4.	5.	6.	Stunden Präsenz- studium	Stunden Selbst- studium	gesamt			
Common Body of Knowledge	17											
Grundlagen Allgemeine Betriebswirtschaftslehre	3						18	57	75	Vorlesung	1	5%
Einführung Marketing	3						18	57	75	Vorlesung	1	5%
Psychologie und Käuferverhalten	4						24	76	100	Vorlesung	1	7%
Werbelehre & Markenmanagement	4						24	76	100	Vorlesung	1	7%
Grundlagen des Verkaufs	1						6	19	25	Vorlesung	1/2	2%
Grundlagen der Marktforschung	2						12	38	50	Vorlesung	1/2	2%
Kommunikation und Werbung	14											
Marktkommunikation, Werbeplanung u. Werbewirkungsmessung		2					9	41	50	Vorlesung	1	3%
Konzeption von Werbekampagnen		2					12	38	50	Vorlesung, PI	0	3%
Mediaplanung und Medienwirtschaft (Film, TV, Print, Plakat, Radio, Online) & Producing		4					30	70	100	Vorlesung, PI	0	7%
Dialogmarketing On- & Offline, Mobile marketing, CRM u. Social Media			4				24	76	100	Vorlesung, PI	0	7%
Unternehmenskommunikation, PR/Öffentlichkeitsarbeit, Lobbying u. Events			2				15	35	50	Vorlesung, PI	0	3%
Verkauf	8											
Verkaufsorganisation, Key Account Management, Verkaufsplanung, Verkaufs- u. Außendienststeuerung		4					18	82	100	Vorlesung	1	7%
Persönlicher Verkauf, Managementskills (Teamkompetenz, Präsentationstraining) u. Expertenforum			4				27	73	100	PI	0	7%
Marketing	6											
Strategische Marketingplanung, Analyse von Marktforschungsdaten, Marketingcontrolling		4					24	76	100	PI	0	7%
Distributionspolitik u. Handelsmarketing			2				12	38	50	Vorlesung	1	3%
Rechtliche Grundlagen und Werberecht	5											
Wirtschaftsverträge		2					9	41	50	Vorlesung	1	3%
Wettbewerbsrecht, Marken- u. Urheberrecht			3				21	54	75	Vorlesung	1	5%

Hinzu kommt die Wissenschaftliche Marketingstudie, die nach Angaben der Hochschule im dritten Semester verfasst werden soll. Ihr Gewicht für die Gesamtnote beträgt 17 % und entspricht damit einem Sechstel.

Das erste Semester dient der Vermittlung von betriebswirtschaftlichen Grundlagen, von Basiswissen der Wirtschaftspsychologie und verschiedenen Aspekten des Marketings. Es folgt eine Spezialisierung vor allem in Kursen zu Strategischer Marketingplanung und Marketinginstrumenten, rechtlichen Grundlagen des Sektors Werbung und Verkauf, Kommunikation und Werbung, Managementskills. Hier erhalten die Teilnehmer Kenntnisse über branchenspezifische Werkzeuge und deren praktische Anwendung im nationalen sowie internationalen Kontext. In diesem zweiten Teil bietet der Universitätslehrgang Instrumente und Methoden und deren Anwendungsfelder. Teilweise werden sie in Fallstudien selbst angewandt. Zentral ist immer das Zusammenwirken der in der Theorie dargelegten Themen in der wirtschaftlichen Praxis. Sie wird unter anderem wie folgt realisiert:

- Die Vortragenden werden nicht nur aufgrund ihrer wissenschaftlichen Qualifikation ausgewählt, sondern auch im Hinblick auf ihre Praxiserfahrung.
- Anwendungsorientierte Aufgaben zur Leistungsfeststellung fordern meist einen Bezug zur jeweiligen Berufserfahrung.
- Diskussionen in den Lehrveranstaltungen beziehen den theoretischen Stoff auf die Erfahrungen der Teilnehmer.
- In allen Studien-Schwerpunkten bildet eine anwendungsorientierte Fallstudie den Abschluss.

Methoden von Marketing und Werbelehre werden in Fallstudien thematisiert. Im zweiten Semester ist eine Lehrveranstaltung zu besuchen, die der Vorbereitung auf das wissenschaftliche Arbeiten im Rahmen der Abfassung der Marketingstudie dient. Dabei wird das logische, planmäßige und systematische Verfahren wissenschaftlicher Forschung gelehrt, wozu qualitative und quantitative Forschungsmethoden, gehören. Konkret werden behandelt:

- Darstellung des Untersuchungsbereichs und Erstellung wissenschaftlicher Hypothesen.
- Umgang mit Literatur, Literaturrecherche, Zitation.
- Anwendung der elektronischen Datenbankrecherche.
- Qualitative und quantitative Erhebungs- und Auswertungsmethoden anhand von Beispielen.

Zu den Prüfungen heißt es in der Verordnung über das Curriculum: „Jede Lehrveranstaltung wird entweder durch eine Lehrveranstaltungsprüfung abgeschlossen oder hat prüfungsimmanenten Charakter.“ Letztere „sind Lehrveranstaltungen, bei denen die Beurteilung nicht oder nicht ausschließlich aufgrund eines einzigen Prüfungsaktes am Ende der Lehrveranstaltung erfolgt. Nach Möglichkeit sind die Kenntnisse und Fähigkeiten auch durch Präsentation und Diskussion praxisnaher Fallstudien zu vermitteln. Weiters ist es möglich, Gruppenarbeiten oder das Verfassen einer Hausarbeit vorzusehen.“ In der Umsetzung werden die meisten Lehrveranstaltungen mit einer Prüfung abgeschlossen die 60 Minuten dauert und in der man 60 Punkte erwerben kann. Pro Punkt hat der Bearbeiter somit eine Minute Zeit, so dass er in der Lage ist, die verbleibende Zeit einzuschätzen. Lediglich in Kursen, in denen eine abschließende Prüfung aufgrund der Inhalte nicht sinnvoll erscheint, greifen die Dozenten auf die Möglichkeit zurück, andere Prüfungsformen zu wählen. Dies trifft beispielsweise auf den Kurs „Teamkompetenz“ zu, in dem sich der erfolgreiche Abschluss der Lehrveranstaltung durch eine reine Wissensabfrage nicht adäquat prüfen lässt.

Bewertung:

Die beschriebenen Inhalte tragen den Zielen des Universitätslehrganges angemessen Rechnung. Die Gutachter konnten sich davon überzeugen, dass die Lehrveranstaltungen inhaltlich ausgewogen angelegt und ihre Aufeinanderfolge sinnvoll ist. Der Lehrgang entspricht der Outcome-Orientierung. Das Angebot an Lehrveranstaltungen deckt die erforderlichen Inhalte zur Erreichung der angestrebten Ziele, eine praxisorientierte Weiterbildung für die Bereiche Werbung und Verkauf und darüber hinaus eine Vorbereitung auf eine qualifizierte Tätigkeit im mittleren und höheren Management zu bieten, hinreichend ab. Positiv fällt die gelungene Verknüpfung von Theorie und Praxis auf, die durchgängig vorhanden ist. Dies ist im Besonderen den Maßnahmen geschuldet, die die Hochschule zu diesem Zweck trifft. Dazu zählen die anwendungsorientierten Aufgabenstellungen ebenso wie planmäßig in den Lehrplan integrierten Diskussionen sowie die anwendungsorientierte Fallstudie, die jeden Schwerpunkt des Lehrganges abrundet. Diese berufsintegrierten Methoden sind fester Bestandteil des Lehrganges, ergänzen sich wechselseitig und tragen zur Kompetenzentwicklung der Teilnehmer im besonderen Maße bei. Dabei wird systematisch überprüft, dass das Vermittelte in der beruflichen Praxis angewendet wird, wenn Projekte zu bearbeiten sind, die sich unmittelbar auf den Arbeitsalltag der Teilnehmer beziehen. Methoden wissenschaftlichen Arbeitens werden in einem eigens dazu ausgewiesenen Kurs vermittelt. Die Gutachter konnten sich davon überzeugen, dass die Lehre wissenschaftsbasiert ist.

Die Prüfungsleistungen und die wissenschaftliche Marketingstudie als Abschlussarbeit sind in Form und Inhalt auf die Learning Outcomes der Lehrveranstaltungen abgestimmt. Die Anforderungen entsprechen dem Qualifikationsniveau des Lehrganges. Die im Universitätslehrgang üblichen schriftlichen Prüfungen ersetzt das Curriculum durch andere Prüfungsarten, wenn dies didaktisch sinnvoll erscheint.

	Exzellent	Qualitätsanforderung übertroffen	Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
3. Umsetzung					
3.2 Inhalte					
3.2.1* Logik und konzeptionelle Geschlossenheit der Kursinhalte (Asterisk-Kriterium)			X		
3.2.2 Integration von Theorie und Praxis		X			
3.2.3 Methoden, ggf. wissenschaftliches Arbeiten und wissenschaftsbasierte Lehre			X		
3.2.4* Prüfungsleistungen (Asterisk-Kriterium)			X		

3.3 Überfachliche Qualifikationen (Kommunikationsfähigkeit und Rhetorik/Kooperations- und Konfliktfähigkeit)

Nach Angabe der Hochschule sind überfachliche Qualifikationen im Curriculum des Universitätslehrganges verankert. Die Lehrveranstaltungen zum Themenbereich „Teamkompetenz“ und „Persönlicher Verkauf“ sind auf diese Qualifikationen hin konzipiert. Kommunikationsfähigkeit und Rhetorik fördert der Universitätslehrgang durch Lehrveranstaltungen, die Präsentationstechniken und Moderation trainieren. Laufende Diskussionen in den Lehrveranstaltungen sorgen dafür, dass die Teilnehmer lernen, sich auf adäquate Weise auseinanderzusetzen.

Bewertung:

Die Entwicklung von Kommunikationsfähigkeit und Rhetorik sowie Kooperations- und Konfliktfähigkeit ist in adäquater Weise gewährleistet.

		Exzellent	Qualitätsanforderung übertroffen	Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
3.	Umsetzung					
3.3	Überfachliche Qualifikationen (Kommunikationsfähigkeit und Rhetorik/Kooperations- und Konfliktfähigkeit)			X		

3.4 Didaktik und Methodik

Nach Angabe der Hochschule ist die intensive Verbindung von Theorie und Praxis ein Teil des didaktischen Prozesses. Die für die Praxis im Berufsalltag notwendigen Kompetenzen werden im Lehrgang durch eine theoretisch und methodisch fundierte Einführung in den aktuellen Stand der wissenschaftlichen Diskussion entwickelt. Diese Vorgehensweise ermöglicht den Absolventen den Zugang zu Forschungsergebnissen, schafft Grundlagen für eine laufende Weiterbildung und gewährleistet die Fähigkeit, Innovationen für die berufliche Tätigkeit umzusetzen.

Das didaktische Konzept ist handlungsorientiert: Es soll die praktischen Kompetenzen und die Fähigkeiten der Teilnehmer zur selbständigen Problemlösung in den ausgewählten Kernbereichen Marketingmanagement, Markt- und Unternehmenskommunikation und Salesmanagement fördern.

In den Lehrveranstaltungen wird die berufliche Erfahrung der Teilnehmer in die Lehre einbezogen. Das erfolgt durch kleine Fallstudien, etwa in den Bereichen Marketing, Werbelehre und Markenmanagement, insbesondere aber beim Verfassen der Marketingstudie, in der die Lehrinhalte angewandt und auf die Praxis bezogen werden müssen.

Für jede Lehrveranstaltung stellt die Hochschule den Teilnehmern mittels der Lernplattform der WU eine Lehr- und Lernunterlage elektronisch zur Verfügung. Sie wird ergänzt durch die Angabe von Literatur und Weblinks durch die Lehrenden. Auf der Lernplattform stehen außerdem weiterführende Literaturlisten, eine Sammlung elektronischer Ressourcen und wissenschaftlicher Fachartikel zur Verfügung.

Bewertung:

Das didaktische Konzept des Zertifikatskurses ist knapp beschrieben und logisch nachvollziehbar. Die Gutachter begrüßen, dass es die Kernelemente enthält, die auf die Anwendungsorientierung als wichtigstes Merkmal in der Didaktik des Lehrganges abzielen. Die Gutachter konnten sich denn auch in den Gesprächen mit den Studierenden davon überzeugen.

gen, dass auf die einzelnen Module ausgerichtete Methoden angewendet werden. Dabei sind berufsintegrierte Methoden wie Fallstudien fester Bestandteil des Universitätslehrganges. Deren Anforderungen entsprechen dem Kursziel. Was das didaktische Konzept betrifft halten die Gutachter eine detailliertere Ausformulierung im Hinblick auf die Maßnahmen und Methoden, die die Hochschule und die Lehrenden anwenden, um das Konzept in den Lehrveranstaltungen umzusetzen, für wünschenswert. Sie sprechen daher der Hochschule gegenüber die Empfehlung aus, das didaktische Konzept des Universitätslehrganges detaillierter zu fassen. Die Gutachter konnten sich davon überzeugen, dass die Lehrveranstaltungs-materialien in quantitativer und qualitativer Hinsicht dem zu fordernden Niveau entsprechen, zeitgemäß sind und den Teilnehmern online zur Verfügung stehen.

	Exzellent	Qualitäts-anforderung übertroffen	Qualitäts-anforderung erfüllt	Qualitäts-anforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
3. Umsetzung					
3.4 Didaktik und Methodik					
3.4.1* Logik und Nachvollziehbarkeit des didaktischen Konzeptes (Asterisk-Kriterium)			X		
3.4.2 Berufsintegrierte Methoden			X		
3.4.3 Begleitende Lehrveranstaltungs-materialien (Asterisk-Kriterium)			X		

3.5 Employability (Asterisk-Kriterium)

Die Beschreibungen der Fächer weisen regelmäßig unter der Rubrik „Lernziele und zu erwerbende Kompetenzen“ Fähigkeiten und Schlüsselkompetenzen der Absolventen aus. Insbesondere die Weiterentwicklung von Managementfähigkeiten trägt der Employability Rechnung. Darüber hinaus sind jedoch sämtliche Lehrveranstaltungen auf die praktische Umsetzung des erworbenen Wissens im Arbeitsumfeld der Teilnehmer ausgerichtet. Die Weiterbildung versetzt die Absolventen außerdem in die Lage, sich in verschiedene wirtschaftsbezogene Tätigkeitsbereiche, die im Zusammenhang mit den Ausbildungsschwerpunkten stehen, einzuarbeiten. Sie kann ihnen darüber hinaus einen Positionswechsel bzw. Karriereschritt ermöglichen. Die Kernidee der wissenschaftlichen Marketingstudie ist, dass die Teilnehmer eine konkrete und praktische Problemstellung auswählen und diese mit Hilfe des Gelernten lösen. Idealerweise schafft diese Studie eine Verbindung von Theorie und Praxis.

Bewertung:

Der Universitätslehrgang ist inhaltlich auf das Qualifikationsziel hin ausgerichtet für die Berufspraxis Weiterbildung zu leisten. Der Lehrgang ist in diesem Sinne auf einen Abschluss mit klarem inhaltlichem Profil ausgerichtet. Die Employability der Absolventen gemäß der Lehrgangsziele wird zum einen durch die definierten Learning Outcomes gefördert. Darüber hinaus ist sie nach Ansicht der Gutachter bestimmendes Element aller Lehrveranstaltungen und der wissenschaftlichen Marketingstudie des Universitätslehrganges und zieht sich gemäß eines roten Fadens durch alle Fächer des Universitätslehrganges Die Hinführung auf die praktische Umsetzung des erlernten Wissens im Beruf ist durchgängig gegeben. Somit ist der Lehrgang systematisch an den Anforderungen des Arbeitsmarktes orientiert.

	Exzellent	Qualitäts-anforderung übertroffen	Qualitäts-anforderung erfüllt	Qualitäts-anforderung nicht erfüllt	Nicht relevant

	Exzellent	Qualitätsanforderung übertroffen	Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
3. Umsetzung					
3.5* Employability (Asterisk-Kriterium)		X			

4. Ressourcen und Dienstleistungen

4.1 Lehrpersonal des Zertifikatskurses

Die Wissenschaftliche Leitung des Universitätslehrganges erfolgt durch einen Assistenzprofessor und Lehrbeauftragten am Institut für Marketing-Management der WU Wien, der zudem die Universitätslehrgänge „Tourismus- und Eventmanagement“, „Markt- und Meinungsforschung“ und „Akademischer Diplom Betriebswirt“ betreut. Seine Schwerpunkte in Forschung und Lehre liegen unter anderem in den Gebieten von Marketing- und Kommunikationskonzepten, Dienstleistungsqualität und Marktforschung. Die Hochschule erklärt, dass 40 Promovierte und 16 Habilitierte an der Faculty tätig sind. 62 Prozent der Faculty-Mitglieder haben – so die Hochschule – einen akademischen Abschluss. Über die wissenschaftliche und pädagogisch-didaktische Qualifikation der Lehrenden des Universitätslehrganges geben die gelieferten CVs Aufschluss. Die Hochschule erklärt ferner, dass das Lehrpersonal seine Befähigung in langjähriger Lehrpraxis und in zahlreichen Evaluationen und Lehrauszeichnungen unter Beweis gestellt hat. Die Praktiker unter den Lehrenden unterrichteten oft an verschiedenen in- und ausländischen Hochschulen und haben auch Erfahrungen im Rahmen von Firmentrainings erworben. Was die Praxiskenntnisse des Lehrpersonals betrifft, verweist die Hochschule darauf, dass alle Lehrkräfte als Praktiker in den jeweiligen Branchen tätig seien, zudem die Universitätsangehörigen praxisorientierte Projekte durchführen bzw. als Berater für Wirtschaftsunternehmen tätig seien. Die Erfahrungen aus der Praxis würden, so die Hochschule, in Lehrmaterialien und Lehre einfließen. Mit externen Lehrenden schließt die Hochschule Beschäftigungsverträge in Bezug auf Lehrveranstaltungen und die Betreuung der Abschlussarbeiten. Alle Aufgaben und Befugnisse, die im Zusammenhang mit der Durchführung des Universitätslehrganges stehen, sind laut der Verordnung über das Curriculum dem Lehrgangsschwerpunkte übertragen. Lehrgangsschwerpunkte und Programm-Management sollen die Koordination zwischen den Lehrenden übernehmen. Die Lehrgangsschwerpunkte betreuen kleine Gruppen Lehrender. Einer von ihnen übernimmt die Rolle eines zentralen Verantwortlichen, der die Koordination der Inhalte und die Feinabstimmung vornimmt. Nach Angabe der Hochschule findet einmal pro Jahr ein Vortragendenmeeting zur inhaltlichen Abstimmung und Weiterentwicklung des Lehrprogramms statt. Zur Betreuung der Teilnehmer macht die Hochschule die folgenden Angaben. Sie erfolgt sowohl im Rahmen der Lehrveranstaltungen als auch über die Lernplattform oder per E-Mail. Die Lehrenden stehen den Teilnehmern hinsichtlich aller inhaltlichen und wissenschaftlichen Fragen auch abends zur Verfügung.

Bewertung:

Die wissenschaftliche Leitung entspricht den Anforderungen des Universitätslehrganges. Die Gutachter konnten sich davon überzeugen, dass der Leiter für die akademische Qualität des Lehrganges die Verantwortung trägt. Das Lehrpersonal korrespondiert in Struktur und Anzahl mit den Anforderungen des Universitätslehrganges. Fast alle Lehrende verfügen über einen wissenschaftlichen Abschluss. Die wenigen Lehrkräfte, die kein Studium absolviert haben, sind ausgewiesene Experten, die umfangreiches Wissen und Erfahrung in den Branchen haben, für die der Universitätslehrgang ausbildet.

Die pädagogisch-didaktische Qualifikation des Lehrpersonals für die Aufgabenstellung entspricht den Anforderungen des Universitätslehrganges. Der weit überwiegende Teil der Lehrenden verfügt über ausgewiesene Praxiskenntnisse der Branchen, auf die der Lehrgang abzielt. Etliche Lehrende sind seit langer Zeit in Werbung und Verkauf tätig und verfügen

daher über große Erfahrung, was die die Anforderungen des Berufsalltags anbelangt. Die Praxiskenntnisse des Lehrpersonals, das zu einem Gutteil aus Spezialisten besteht, sind somit überdurchschnittlich hoch. Die interne Kooperation ist gesichert, indem die Hochschule dem Lehrgangsleiter und dem Programm-Management die Koordination der Lehrenden durch eine verbindliche Regel in der Verordnung über das Curriculum übertragen hat. Regelmäßig findet eine Besprechung für alle Lehrenden statt, in der systematisch die Abstimmung der Module untereinander erfolgt. Was die Betreuung durch das Lehrpersonal anbelangt, haben sich die Teilnehmer den Gutachtern gegenüber sehr positiv geäußert. Sie betrachten die Betreuung als effektive Hilfe, um Probleme, die während des Lernens auftauchen, zu lösen. Die Gutachter konnten sich daher davon überzeugen, dass die Lehrenden stets ansprechbar sind, dass zudem die Betreuung fester Bestandteil der Dienstleistung der Lehrenden ist und nicht nur regelmäßig, sondern auch außerhalb der Sprechzeiten stattfindet.

		Exzellent	Qualitätsanforderung übertroffen	Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
4.	Ressourcen und Dienstleistungen					
4.1	Lehrpersonal des Zertifikatskurses					
4.1.1*	Wissenschaftliche Kursleitung (Asterisk-Kriterium)			X		
4.1.2*	Struktur und Anzahl des Lehrpersonals in Bezug auf die curricularen Anforderungen (Asterisk-Kriterium)			X		
4.1.3*	Wissenschaftliche Qualifikation des Lehrpersonals (Asterisk-Kriterium)			X		
4.1.4*	Pädagogische/didaktische Qualifikation des Lehrpersonals (Asterisk-Kriterium)			X		
4.1.5	Praxiskenntnisse des Lehrpersonals		X			
4.1.6	Interne Kooperationen			X		
4.1.7*	Betreuung der Studierenden durch Lehrpersonal (Asterisk-Kriterium)		X			

4.2 Kursmanagement

Ablauforganisation und Verwaltungsunterstützung für Teilnehmer und Lehrpersonal nimmt das Programm-Management wahr. Es ist der primäre Ansprechpartner für die Teilnehmer und die Lehrenden in allen Fragen. Seine Mitarbeiterinnen, eine Programm-Managerin und eine Service-Managerin, sind beteiligt an der Curriculumsentwicklung, der Erstellung von Entscheidungsgrundlagen für die Leitung der Hochschule in Bezug auf den Universitätslehrgang und der Akquise von Teilnehmern. In ihren Zuständigkeitsbereich fällt die Betreuung der Lehrgangsleitung, die Kontaktpflege in der Branche, individuelle Beratung von Interessenten am Universitätslehrgang, die Feinplanung der Lehrgänge in enger Zusammenarbeit mit der Lehrgangsleistung und dem Dean der WU Executive Academy sowie die selbständige Evaluierung und Qualitätskontrolle der einzelnen Veranstaltungen und des Lehrganges in seiner Gesamtheit.

Bewertung:

Die administrative Kursleitung koordiniert und überwacht die Abläufe der im Universitätslehrgang Mitwirkenden. Damit trägt sie Sorge für einen störungsfreien Ablauf des Studienbetriebes. Ablauforganisation, Verwaltungsunterstützung und Entscheidungsverantwortlichkeiten sind transparent dargelegt. Die Gutachter konnten sich davon überzeugen, dass die Dozie-

renden und Teilnehmern bei den Entscheidungsprozessen, welche ihre Tätigkeitsbereiche betreffen, einbezogen sind, zudem dass sowohl qualitativ als auch quantitativ ausreichendes Personal vorhanden ist, damit die beschriebenen Abläufe umgesetzt werden.

		Exzellent	Qualitätsanforderung übertroffen	Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
4.	Ressourcen und Dienstleistungen					
4.2	Kursmanagement					
4.2.1	Administrative Kursleitung			x		
4.2.2*	Ablauforganisation und Verwaltungsunterstützung für Teilnehmer und das Lehrpersonal (Asterisk-Kriterium)			x		

4.3 Netzwerkbildung

Es gibt nach Angabe der Hochschule Überlegungen, für Absolventen des Lehrganges Akademischer Diplom Betriebswirt gemeinsam mit den Absolventen der branchenspezifischen Universitätslehrgänge – darunter der hier zu zertifizierende – eine eigene Community zu schaffen, mit dem Ziel, die Vernetzung der Absolventen und ihre Verbundenheit mit der WU Wien zu fördern.

Bewertung:

Die Gutachter begrüßen die Überlegungen der Hochschule zum Aufbau eines Netzwerkes der Absolventen. Da bisher jedoch kein Netzwerk existiert sprechen sie ihr gegenüber die Empfehlung aus, diesbezüglich konkrete Maßnahmen zu ergreifen.

		Exzellent	Qualitätsanforderung übertroffen	Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
4.	Ressourcen und Dienstleistungen					
4.3	Netzwerkbildung				X	

4.4 Kooperationen mit Hochschulen und/oder Wirtschaftsunternehmen (Asterisk Kriterium bei Kursen, die gemeinsam mit Kooperationspartnern angeboten werden)

Nach Angaben der Hochschule bestehen Kooperationen mit über 200 Partnerhochschulen, von denen der Universitätslehrgang profitiert. Zur Durchführung der Kooperation schließt die Hochschule mit den Partnerhochschule ein schriftliches Abkommen, in dem der Austausch von Forschenden und Lehrenden sowie von Teilnehmern neben gemeinschaftlichen Forschungsaktivitäten, der Partizipation an Seminaren und akademischen Zusammenkünften sowie der Austausch von Informationen geregelt ist.

Bewertung:

Die Kooperationen zwischen der WU Executive Academy und anderen Hochschulen werden aktiv betrieben. Darüber hinaus bleibt festzuhalten, dass nach Ansicht der Gutachter die Teilnehmer des Universitätslehrganges von der Fülle an Angeboten, die die Wu Wien aufgrund ihrer internationalen Kontakte bietet, profitiert.

	Exzellent	Qualitätsanforderung übertroffen	Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
4. Ressourcen und Dienstleistungen					
4.4* Kooperationen mit Hochschulen und/oder Wirtschaftsunternehmen (Asterisk Kriterium bei Kursen, die gemeinsam mit Kooperationspartnern angeboten werden)			x		

4.5 Sachausstattung

Die Veranstaltungen der WU Academy finden auf dem neuen Campus der WU Wien statt. Insgesamt gibt es 3.000 Arbeitsplätze, 53 Seminarräume und 4.800 Lehrplätze. Der WU Executive Academy steht am neuen Campus ein eigenes Gebäude mit zwei Hörsälen zu je 60 Plätzen und vier Seminarräumen zu je 30 Plätzen zur Verfügung. Die Vortragsräume sind technisch nach dem aktuellen Standard mit Vortragenden-PC mit Touch-Monitor, einer Standardprojektion mit zwei Projektionsflächen, Smartboard und WLAN ausgestattet.

Die Teilnehmer nutzen die Universitätsbibliothek der WU Wien, die über einen Bestand von etwa 800.000 Büchern und 2.000 gedruckten Zeitschriften verfügt. Sämtliche Werke der letzten Jahre sind frei zugänglich und können entliehen werden. Zudem haben die Benutzer Zugriff auf ein umfangreiches Angebot an elektronischen Ressourcen, darunter 92 Fachdatenbanken mit Literaturhinweisen, Volltexten, Business-Informationen, statistischen Daten und Rechtsinformationen. Hinzu kommen über 13.000 elektronische Zeitschriften und über 60.000 E-Books. Der Zugriff auf die elektronischen Ressourcen erfolgt über WLAN, das im gesamten Bereich der Hochschule zur Verfügung steht, über Fernzugriff oder über PCs auf dem Campus, die den Teilnehmern im gesamten Bibliotheksbereich zur Verfügung stehen. Dokumente können ausgedruckt oder abgespeichert werden. Die Bibliothek verfügt zudem über einen Farbbuchscanner, der kostenlos genutzt werden kann. Das neue Library and Learning Center steht den Teilnehmern 365 Tage im Jahr und 24 Stunden am Tag zur Verfügung. Ein Info-Center ist die zentrale Anlaufstelle der Bibliothek für alle Fragen zu Literaturrecherchen und für die Suche nach Fachinformationen. Dort erhalten die Teilnehmer auch Unterstützung bei der Recherche nach Büchern, Zeitschriften und Fachinformationen.

Bewertung:

Die Unterrichtsräume übertreffen in der Quantität und ihrer Media- und IT-Ausstattung das notwendige Maß für den Betrieb des Universitätslehrganges. Die Räume und Zugänge sind behindertengerecht ausgestattet und barrierefrei erreichbar. Die Gutachter konnten sich davon überzeugen, dass bei der Planung der Ausstattung aktuelle ergonomische Erkenntnisse berücksichtigt wurden. Darüber hinaus entspricht die Ausstattung modernen, multimedialen Anforderungen. Sie ist qualitativ auf dem neuesten Stand.

Der Zugang zu Literatur und Zeitschriften sowie digitalen Medien (z.B. elektronische Medien, Datenbanken) ist auf die Inhalte des Universitätslehrganges abgestimmt und auf dem aktuellen Stand. Die Bibliothek ist rund um die Uhr zugänglich. Es handelt sich um eine Universitätsbibliothek, die die Ansprüche des Lehrganges an die Literatur in jeder Hinsicht erfüllt. Der Bestand bietet den Teilnehmern somit die komplette Literatur für ihre Zwecke. Der Zugang zu relevanten digitalen Medien von zu Hause aus ist gewährleistet. Die Gutachter konnten sich davon überzeugen, dass ein Entwicklungskonzept vorliegt, das den Ausbau des Bestandes vorsieht.

	Exzellent	Qualitätsanforderung übertroffen	Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
4. Ressourcen und Dienstleistungen					
4.5 Sachausstattung					
4.5.1* Quantität, Qualität sowie Media und IT-Ausstattung der Unterrichtsräume (Asterisk-Kriterium)		x			
4.5.2* Zugangsmöglichkeit zur erforderlichen Literatur (Asterisk-Kriterium)		x			

5. QUALITÄTSSICHERUNG

Nach Angabe der Hochschule sind Qualitätssicherung und -entwicklung der WU Executive Academy in das Qualitätssicherungssystem der WU Wien integriert. Wichtigstes Organ ist der Senat der WU, insbesondere dessen Lehrgangskommission. Der Senat erlässt die Richtlinien für die Studienkommission und kontrolliert die Evaluierung.

Im Entwicklungsplan formuliert der Senat unter Punkt 2.2.3 auch Qualitätsziele für die Universitätslehrgänge der Executive Academy: „Die WU stellt für ihre gesamthaften Weiterbildungsaktivitäten einen institutionellen Rahmen bereit, der zur Erbringung hoher Qualität und damit einer langfristig positiven Entwicklung beiträgt. [...] Durch die Zentralisierung sollen eine Qualitätssicherung der Programme, die Nutzung akademischer und wirtschaftlicher Synergien und ein einheitlicher, strukturierter Marktauftritt der WU im Weiterbildungsmarkt gewährleistet sein.“

In Bezug auf die Qualitätssicherung legt der Entwicklungsplan folgende Regeln fest:

- Die in der Satzung vorgesehene Lehrgangskommission ist für alle akademischen Programme jenseits des Regelstudiums zuständig. Sie genehmigt die Curricula der angebotenen akademischen Programme. Die Lehrgangskommission sorgt für das laufende Bildungscontrolling und die Zulassung neuer Programme auf Basis von Kohärenzprüfungen.
- Wo erforderlich sind auch für Lehrgänge und Seminarprogramme Bereichsverantwortliche nominiert. Diese sind im jeweiligen Bereich in inhaltlicher Hinsicht für die Entwicklung und kontinuierliche Verbesserung der angebotenen Produkte zuständig und achten auf die Wahrung der für die WU als Institution und Marke erforderlichen Qualitätsansprüche.

Während und nach jedem Semester sind die Teilnehmer aufgefordert, Feedback zu den Lehrveranstaltungen zu geben. Durchgeführt wird dies mit Hilfe der E-Learning-Plattform Learn@WU. Der Bewertungsbogen enthält Angaben zu den folgenden Punkten: Didaktische Qualität des Vortragenden, fachliche Qualität der Lehrveranstaltung, Praxisbezug der Inhalte, Struktur der Lehrveranstaltung, Qualität der Skripte und der Unterrichtsmaterialien, sonstige Anmerkungen der Teilnehmer (offene Fragen). Anschließend wird das Feedback zur jeweiligen Lehrveranstaltung gemeinsam mit den Durchschnittswerten aller Lehrveranstaltungsevaluierungen an den Lehrveranstaltungsleiter weitergegeben. Schließlich werden die gesamten Feedbackinformationen vom Programm-Manager evaluiert und an den Lehrveranstaltungsleiter weitergeleitet. In einer Feedbackrunde, die mindestens einmal pro Semester stattfindet und der die Lehrgangsführung, das Programm-Management und die Qualitätsmanagerin teilnehmen, werden die Ergebnisse mit den Teilnehmern diskutiert und Überlegungen zur Qualitätsverbesserung angestellt.

Zur Qualitätssicherung durch das Lehrpersonal macht die Hochschule die folgenden Angaben: Auf Grund der geringen Anzahl der Faculty-Mitglieder findet das Feedback der Lehrenden auf informeller Ebene mit der Lehrgangsführung, dem Programm-Management sowie den anderen Faculty-Mitgliedern etwa bei Faculty-Meetings, Modulvorbereitungen oder während des jährlich stattfindenden Vortragendenmeetings statt.

Eine externe Evaluation ist für die Zukunft geplant. Der Universitätslehrgang ist für die Teilnehmer vor allem über die E-learning-Plattform Learn@WU dokumentiert. Dort erhalten sie unter anderem die folgenden Informationen: Semesterplan und organisatorischer Ablauf der einzelnen Lehrveranstaltungen mit Angaben zu Zeiten und Räumen sowie Syllabi mit den Fachbeschreibungen.

Die Teilnehmer erhalten zudem ein schriftliches Teilnehmer-Handbuch, das Informationen zu Terminen, zu Prüfungsmodi und zur Abschlussarbeit enthält. Die aktuelle studienrechtliche Verordnung ist für Interessenten und Teilnehmer digital abrufbar.

Weiterreichende Informationen über Struktur und Ablauf des Universitätslehrganges bietet zudem die Internetseite der Executive Academy.

Die Aktivitäten eines jeden Studienjahres werden nach Angabe der Hochschule in Form eines regelmäßigen Newsletters intern und extern publiziert. Jährlich erfolgt zudem eine umfassende Dokumentation in Form eines Berichts.

Mit erfolgreichem Abschluss des Universitätslehrganges erhalten die Absolventen eine Urkunde mit Angabe der Berufsbezeichnung „Akademischer Marketing- und Salesmanager“. Ergänzend wird ein Abschlusszeugnis in deutscher und englischer Sprache ausgestellt, in dem sämtliche Fächer und Lehrveranstaltungen mit der entsprechenden Beurteilung aufgelistet sind. Beide Dokumente stellt das Vize-Rektorat für Lehre an der Wirtschaftsuniversität Wien aus.

Bewertung:

Die Hochschule hat Qualitätsziele für die Entwicklung des Universitätslehrganges formuliert. Nach Auffassung der Gutachter ist das System der Qualitätssicherung und -entwicklung umfassend konzipiert. Es berücksichtigt die maßgeblichen für die Entwicklung der Qualität von Weiterbildungsangeboten relevanten Bereiche. Die Verantwortlichkeiten sind klar definiert.

Ein Qualitätssicherungs- und -entwicklungsverfahren besteht, das systematisch für eine kontinuierliche Überwachung und Weiterentwicklung der Qualität des Universitätslehrganges in Bezug auf Inhalte, Prozesse und Ergebnisse genutzt wird. Die Gutachter konnten sich davon überzeugen, dass an der Planung und Auswertung der Qualitätssicherungs- und entwicklungsverfahren Lehrende und Lehrgangsteilnehmer beteiligt sind. Regelmäßig findet eine Evaluierung durch die Teilnehmer nach einem beschriebenen Verfahren statt, dessen Ergebnisse diskutiert werden und bei der Qualitätsentwicklung des Universitätslehrganges berücksichtigt werden. Die Gutachter sprechen der Hochschule gegenüber die Empfehlung aus, dass Fragen zur Arbeitsbelastung in die Evaluationsbögen aufgenommen werden, damit die Hochschule über Daten zum Workload verfügt, die für die Weiterentwicklung des Lehrganges bedeutsam sind. Die Gutachter begrüßen den informellen Austausch der Lehrenden hinsichtlich der Qualitätssicherung. Die informellen Treffen ermangeln jedoch der Systematik und Transparenz, so dass etwaige Veränderungen, die aus dem Austausch erwachsen, nicht nachvollziehbar sind. Die Gutachter sprechen daher der Hochschule gegenüber die Empfehlung aus, eine regelmäßige Qualitätssicherung durch das Lehrpersonal nach einem beschriebenen Verfahren zu etablieren und entsprechende Ergebnisse zu kommunizieren und in den Prozess der Qualitätsentwicklung einfließen zu lassen. Die Gutachter begrüßen, dass eine externe Evaluation geplant ist. Da sie jedoch bisher in keiner Weise systematisch erfolgt, sprechen die Gutachter der Hochschule die Empfehlung aus, eine externe Evaluierung nach einem festgelegten Verfahren zu etablieren. Die Gutachter begrüßen, dass die Anforderungen hinsichtlich von Universitätslehrgang, Studienverlauf und Prüfungen für die Teilnehmer digital über eine E-learning-Plattform abrufbar sind. Die Gutachter konnten sich davon überzeugen, dass die Teilnehmer diesbezüglich fachlich und überfachlich unterstützt werden.

Der Universitätslehrgang und die mit ihm verbundenen Leistungen und die Abschlussqualifikation sind in einer Urkunde dokumentiert. Die Gutachter begrüßen es, dass die Hochschule neben der Urkunde generell auch ein Zeugnis in einer englischen Übersetzung ausstellt, sprechen ihr gegenüber jedoch die Empfehlung aus, diese durch ein Certificate Supplement zu ergänzen, das erklärende Hinweise zu diesem österreichischen Universitätslehrgang gibt

und ihm somit auch im Ausland zu einer unproblematischen Anerkennung bei Hochschulen und Arbeitgebern verhelfen kann.

		Exzellent	Qualitätsanforderung übertroffen	Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
5.	Qualitätssicherung					
5.1	Qualitätssicherung und -entwicklung der Institution sowie die Einbindung der Kursleitung und Kursentwicklung in dieses System			X		
5.2*	Qualitätssicherung und -entwicklung des Zertifikatskurses in Bezug auf Inhalte, Prozesse und Ergebnisse (Asterisk-Kriterium)			X		
5.3	Instrumente der Qualitätssicherung					
5.3.1	Evaluation durch Teilnehmer			X		
5.3.2	Qualitätssicherung durch das Lehrpersonal				X	
5.3.3	Fremdevaluation durch Alumni, Arbeitgeber und weitere Dritte				X	
5.4	Dokumentation des Zertifikatskurses					
5.4.1*	Beschreibung des Zertifikatskurses (Asterisk-Kriterium)			X		
5.4.2	Certificate Supplement				X	

Qualitätsprofil

Institution: Wirtschaftsuniversität Wien

Zertifikatskurs: Universitätslehrgang Werbung und Verkauf

Beurteilungskriterien

Bewertungsstufen

		Exzellent	Qualitätsanforderung übertroffen	Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
1.	Ziele und Strategie					
1.1*	Logik und Nachvollziehbarkeit der Zielsetzung des Kurskonzeptes (Asterisk-Kriterium)			X		
1.2	Positionierung des Zertifikatskurses					
1.2.1	Positionierung im Weiterbildungs- und Arbeitsmarkt			X		
1.2.2	Positionierung im strategischen Konzept der Institution			X		
1.3*	Internationale Ausrichtung					X
2.	Zulassung					
2.1*	Fokussierung auf Zielgruppe (Asterisk-Kriterium)			X		
2.2*	Zulassungsbedingungen (Asterisk-Kriterium)			X		
3.	Umsetzung					
3.1	Struktur					
3.1.1	Struktureller Aufbau des Zertifikatskurses (Lehrveranstaltungen, Wahlmöglichkeiten etc.)			X		
3.1.2*	Berücksichtigung des „European Credit Transfer and Accumulation System (ECTS)“ und der Modularisierung (Asterisk-Kriterium)				Auflage	
3.1.3*	Studien- und Prüfungsregularien (Asterisk-Kriterium)				Auflage	
3.2	Inhalte					
3.2.1*	Logik und konzeptionelle Geschlossenheit der Kursinhalte (Asterisk-Kriterium)			X		
3.2.2	Integration von Theorie und Praxis		X			
3.2.3	Methoden, ggf. wissenschaftliches Arbeiten und wissenschaftsbasierte Lehre			X		
3.2.4*	Prüfungsleistungen (Asterisk-Kriterium)			X		
3.3	Überfachliche Qualifikationen (Kommunikationsfähigkeit und Rhetorik/ Kooperations- und Konfliktfähigkeit)			X		
3.4	Didaktik und Methodik					
3.4.1*	Logik und Nachvollziehbarkeit des didaktischen Konzeptes (Asterisk-Kriterium)			X		
3.4.2	Berufsintegrierte Methoden			X		
3.4.3	Begleitende Lehrveranstaltungsmateria-			X		

		Exzellent	Qualitätsanforderung übertroffen	Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
	lien (Asterisk-Kriterium)					
3.5*	Employability (Asterisk-Kriterium)		X			
4. Ressourcen und Dienstleistungen						
4.1	Lehrpersonal des Zertifikatskurses					
4.1.1*	Wissenschaftliche Kursleitung (Asterisk-Kriterium)			X		
4.1.2*	Struktur und Anzahl des Lehrpersonals in Bezug auf die curricularen Anforderungen (Asterisk-Kriterium)			X		
4.1.3*	Wissenschaftliche Qualifikation des Lehrpersonals (Asterisk-Kriterium)			X		
4.1.4*	Pädagogische/didaktische Qualifikation des Lehrpersonals (Asterisk-Kriterium)			X		
4.1.5	Praxiskenntnisse des Lehrpersonals		X			
4.1.6	Interne Kooperationen			X		
4.1.7*	Betreuung der Studierenden durch Lehrpersonal (Asterisk-Kriterium)		X			
4.2	Kursmanagement					
4.2.1	Administrative Kursleitung			X		
4.2.2*	Ablauforganisation und Verwaltungsunterstützung für Teilnehmer und das Lehrpersonal (Asterisk-Kriterium)			X		
4.3	Netzwerkbildung				X	
4.4*	Kooperationen mit Hochschulen und/oder Wirtschaftsunternehmen (Asterisk-Kriterium bei Kursen, die gemeinsam mit Kooperationspartnern angeboten werden)			X		
4.5	Sachausstattung					
4.5.1*	Quantität, Qualität sowie Media und IT-Ausstattung der Unterrichtsräume (Asterisk-Kriterium)		X			
4.5.2*	Zugangsmöglichkeit zur erforderlichen Literatur (Asterisk-Kriterium)		X			
5. Qualitätssicherung						
5.1	Qualitätssicherung und -entwicklung der Institution sowie die Einbindung der Kursleitung und Kursentwicklung in dieses System			X		
5.2*	Qualitätssicherung und -entwicklung des Zertifikatskurses in Bezug auf Inhalte, Prozesse und Ergebnisse (Asterisk-Kriterium)			X		
5.3	Instrumente der Qualitätssicherung					
5.3.1	Evaluation durch Teilnehmer			X		
5.3.2	Qualitätssicherung durch das Lehrpersonal				X	
5.3.3	Fremdevaluation durch Alumni, Arbeitgeber und weitere Dritte				X	
5.4	Dokumentation des Zertifikatskurses					

	Exzellent	Qualitätsanforderung übertroffen	Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
5.4.1* Beschreibung des Zertifikatskurses (Asterisk-Kriterium)			X		
5.4.2 Certificate Supplement				X	