

**Vereinbarung über Firmenleistungen für das Modul
„Praktikum Category Management [30 Credits]“
im Rahmen des Studienganges B. Sc. Betriebswirtschaftslehre
an der Universität Duisburg-Essen, Campus Essen**

(Näheres siehe Modulhandbuch Betriebswirtschaftslehre Bachelorstudium)

Vorbemerkungen

Nach der Umstellung auf Bachelor- und Masterstudiengänge haben wir die Erfahrung gemacht, dass die Neigung der Studierenden, Praktika zu absolvieren, nicht zu- sondern abgenommen hat. Abgenommen hat auch die Bereitschaft, ein Praktikum über mehr als drei Monate zu absolvieren, wie es die Regel für Praktika im Category Management ist. Die Studierenden begründen dies nachvollziehbar damit, dass sie während dieser Zeit, die auch in Vorlesungs- und Prüfungszeiten fällt, keine oder weniger Credits erwerben können.

Nachvollziehbar ist auch die Vorgabe der Firmen, vier bis sechs Monate für ein Praktikum im Category Management anzusetzen. Denn zunächst sind interne Schulungen erforderlich, bevor die Studierenden in Praxisprojekte einbezogen werden. Es sollte an dieser Stelle erwähnt werden, dass an Category Manager hohe analytische Anforderungen gestellt werden und dass sie Fähigkeiten im Umgang mit Methoden erwerben, die sich auf die Gewinnung und die Auswertung von qualitativen und quantitativen Daten beziehen.

Aus diesem Grunde haben wir in unseren Essener Studiengang Betriebswirtschaftslehre (Bachelor of Science) das Modul „Praktikum Category Management“ mit 30 Credits aufgenommen, das einer Workload von sechs Monaten entspricht. Damit kommen wir erstens den genannten Anforderungen und Randbedingungen entgegen. Zweitens erweitern wir das Angebot an Modulen, um das universitäre Ausbildungsprofil „Category Management“ auszubauen. Zu diesem Profil gehören die Veranstaltungen:

- Handelsmanagement und Handelscontrolling
- Instrumente des Handelsmarketings
- Käuferverhalten im Einzelhandel
- Marktforschung
- Angewandte Marktforschung
- Fallstudienseminar Category Management und Shopper Marketing kompakt
- Sales Management und Category Management in der Praxis
- Fachseminar Marketing und Handel
- Praxisprojekt Marketing und Handel

Qualifizierungsziele des Praktikums

Die Studierenden wenden das theoretische Wissen aus dem Studium auf konkrete Probleme des Category Managements in der Praxis an, setzen Instrumente, insbesondere der Marktforschung, problemorientiert ein (Methodenkompetenz), schulen ihre rhetorischen Fähigkeiten und ihre Teamfähigkeit; erlernen Präsentationstechniken (Selbstkompetenz), üben den zielgruppengerechten Umgang mit Vertretern der Praxis (Sozialkompetenz) und erwerben Allgemeinwissen und Fähigkeiten in der interdisziplinären Zusammenarbeit mit anderen Berufsbildern (Studium liberale). (siehe auch Modulhandbuch Betriebswirtschaftslehre Bachelorstudium: <http://www.wiwi.uni-due.de/fileadmin/fileupload/WIWI/ Studium-und-Lehre/Modulhandbuecher/W1E-MH-Bachelor-BWL-2006-V2013.pdf>)

Voraussetzungen für die Anerkennung des Praktikums Category Management als Modul im Umfang von 30 Credits gemäß der Prüfungsordnung für den Studiengang B. Sc. Betriebswirtschaftslehre, Essen

Das Praktikum ist vor der Aufnahme durch den Modulverantwortlichen – Univ.-Prof. Dr. Hendrik Schröder – zu genehmigen. Bei dem Praktikum darf ein Erwerbszweck nicht im Vordergrund stehen. Auf das Praktikum kann weder eine Berufsausbildung noch ein Praktikum, welches vor Studienbeginn absolviert wurde, angerechnet werden.

Die Leistungen des Unternehmens werden mit dem Modulverantwortlichen sowie der Praktikantin bzw. dem Praktikanten verbindlich vertraglich vereinbart (siehe 4. Leistungen des Unternehmens).

Die Praktikantin bzw. der Praktikant hat einen schriftlichen Bericht anzufertigen und die Ergebnisse anschließend vor dem Lehrstuhl des Modulverantwortlichen zu präsentieren. Der Bericht umfasst die Ausarbeitung, mit welchen Daten und Methoden eine konkrete Problemstellung im Praktikum gelöst worden ist, sowie allgemeine Erfahrungen über die Aufgaben und Tätigkeiten im Rahmen des Praktikums. Das Thema des Berichts ist mit dem Modulverantwortlichen abzustimmen.

Das Unternehmen hat die Leistungen der Praktikantin bzw. des Praktikanten schriftlich zu dokumentieren und dem Modulverantwortlichen zu übermitteln. Das Dokument enthält Angaben über Ort, Art, Dauer und Ziel des Praktikums und Angaben über Führung, Leistungsbereitschaft und fachliche Fähigkeiten der Praktikantin/des Praktikanten sowie den Erfolg des Praktikums.

Die Bewertung des Praktikums erfolgt durch den Modulverantwortlichen. Dieser leitet das Ergebnis an den Bereich Prüfungswesen weiter. Dies gilt auch im Falle des Nichtbestehens sowie der vorzeitigen Beendigung des Praktikums. Maluspunkte werden in diesem Fall im Umfang von 12 Credits angerechnet.

(siehe auch Modulhandbuch Betriebswirtschaftslehre Bachelorstudium: <http://www.wiwi.uni-due.de/fileadmin/fileupload/WIWI/Studium-und-Lehre/Modulhandbuecher/W1E-MH-Bachelor-BWL-2006-V2013.pdf>)

Leistungen des Unternehmens

1. Zum Erlernen von Präsentationstechniken und anderen Soft Skills (z.B. rhetorische Fähigkeiten und Teamfähigkeit) werden folgende Leistungen erbracht:

2. Zum Erlernen und Anwenden von fachspezifischen Analysemethoden werden folgende Leistungen erbracht:

3. Zum Erwerb fachübergreifender, allgemeinbildender Inhalte im Sinne des Studium liberale werden folgende Leistungen erbracht:

4. An sonstigen Leistungen werden erbracht:

Das Angebot dieser Leistungen und ihre Nutzung durch den Praktikanten bzw. der Praktikantin sind die notwendige Voraussetzung, um das Modul „Praktikum Category Management [30 Credits]“ erfolgreich abzuschließen.

Sollten sich nach der Unterzeichnung dieser Vereinbarung die angebotenen Leistungen ändern, so ist dies dem Modulverantwortlichen schriftlich mitzuteilen und von ihm schriftlich zu genehmigen.

Dauer des Praktikums

Das „Praktikum Category Management [30 Credits]“ dauert vom _____ bis zum _____.

Univ.-Prof. Dr. Hendrik Schröder
Modulverantwortlicher

Unternehmen

Praktikant/in

Ort, Datum

Ort, Datum

Ort, Datum