

MASTERMAGAZIN

DIE FACHPUBLIKATION FÜR HOCHSCHULEN UND UNTERNEHMEN



Vollzeit ist Vergangenheit

Die Zukunft der Weiterbildung gehört dem berufsbegleitenden Master

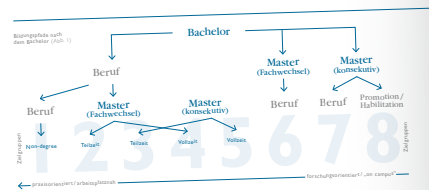
// Hans Georg Heilmann // Fachhochschule Brandenburg / hg@fh-branzenburg.de //

Die Debatte um den Bologna-Prozess dreht sich in Deutschland noch immer viel zu sehr um die Frage der Akzeptanz der Bachelor-Abschlüsse. Die weitaus interessantere Frage ist, welche Veränderungen der Bologna-Prozess für die Master-Phase bewirken wird.

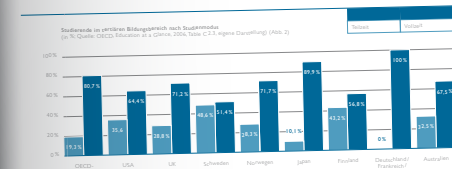
Der Bologna-Prozess eröffnet einem Bachelor-Absolventen vielfältige – und für das deutsche Bildungswesen relativ neuartige – Bildungspfade. Das konsekutive Weiterstudium in demselben Fach ist dabei nur eine von drei Möglichkeiten. Die Absolventen können alternativ direkt für ein Aufbaustudium in einem anderen Fach optieren (z. B. einem

MBA-Programm) oder sie entscheiden sich zunächst für eine (meist zweijährige) Phase der Berufstätigkeit und erst danach zwischen weiterführendem und Aufbaustudium. Das Studium ist dann je nach Ziel differenzierter nach Vollzeit- und Teilzeitformat (siehe Abbildung 1).

Diese Differenzierung der Zielgruppen nach dem Bachelor stellt die Herausforderung für die Hochschulen dar. Denn für diese unterschiedlichen Zielgruppen gilt es spezifische und überzeugende, also nachfrageorientierte Studienangebote und -formate zu formulieren. Viele staatliche Hochschulen setzen sich aber nach wie vor nicht systematisch und



32 // MASTERMAGAZIN // 02



differenziert mit diesen Zielgruppen des Master-Studiums auseinander. Viele Akteure, vor allem an Universitäten, haben die Hoffnung, dass insbesondere die „guten“ Bachelor-Absolventen den konsekutiven Einstieg in die Masterphase präferieren und die „weniger guten“ den direkten Berufseinstieg wählen. Vieles spricht aber dafür, dass – wennverbalabschlag – genau das Gegenteil eintritt, weil die guten Bachelor-Absolventen fuhrbetrieig von Arbeitgebern umworben werden und erst nach einiger Zeit der Berufserfahrung und dann lieber in einem berufsbegleitenden Format an die Hochschulen zurückkehrten wtrachen.

Folgt man diesem Weisheitsvermutungen, dann ist leicht zu prognostizieren, dass der Bologna-Prozess in Deutschland zu einer massen steigenden Nachfrage nach berufsbegleitenden Angeboten sowie nach geeigneten Formaten für Berufsaufbahre führen wird.

Abbildung 2 verdeutlicht die Studienstrukturverteilung über die verschiedenen Studienformate für einige ausgewählte Länder. In Deutschland, Frankreich und Italien liegt der Anteil der Teilzeitstudierenden im tertiären Bildungsbereich immer noch unterhalb der Wahrnehmungsschwelle. Auf der anderen Seite liegt die Teilzeitstudierende-Quote in den skandinavischen und anglo-sächsischen Ländern bereits zwischen 28 und 43 Prozent und wächst im Zeitverlauf weiter an.

Würde man zum Beispiel in den USA noch diejenigen Studierendenzahlen, die nach einer mehrjährigen Berufsphase im Vollzeitformat in das Hochschulsystem zurückkehren, so kommt man an dem Schluss, ▶

AKADEMIE // 33

KURZVORSTELLUNG

- Print-Medium exklusiv für Hochschulen und Personalentscheider in Unternehmen
- Tagungspublikation der Master Konferenz 2009 mit vollständigem Programm und Referentenporträts
- Expertenbeiträge, Interviews, Essays
- Nachschlagewerk mit Profilen der wichtigsten Master-Programme und von Unternehmen mit innovativen Konzepten in der Personalentwicklung
- Direktversand an 3.300 Entscheider in Unternehmen, Hochschulen, Wirtschaftsverbänden, Politik und in der Bildungsforschung



THEMEN 2009

↳ Forum

- Was hat Bologna bewirkt? Eine Zwischenbilanz
- Trends der akademischen Weiterbildung
- Ergebnisse der Master Studie 2009

↳ Fokus Berufsbegleitend studieren

- Welcher berufsbegleitende Master für welche Position? Die Unternehmenssicht
- Berufsbegleitende Studiengänge: Interviews mit Hochschulvertretern
- Netzbasierte Lehr- und Lernsysteme

↳ Akademie

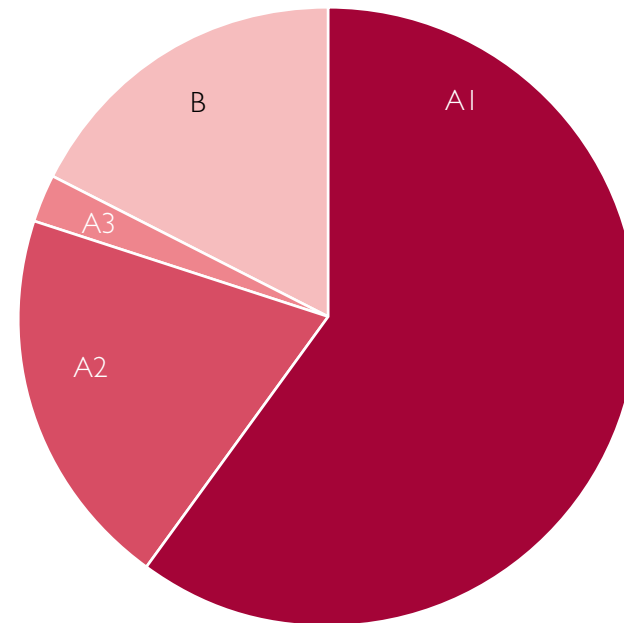
- Fundraising: Innovative Finanzierungsstrategien für Hochschulen
- Entwicklung und Positionierung von Masterprogrammen
- Career Service: Mittler zwischen Studierenden und Unternehmen

↳ Unternehmen

- Auswahl von Hochschulen und Kooperationsmodellen
- Weitergebildet – und dann? Herausforderungen für das Personalmanagement
- Erste Erfahrungen mit Bachelorabsolventen: Unternehmensvertreter im Interview

ZIELGRUPPEN & DISTRIBUTION

- ↘ 3.300 Exemplare im personalisierten Direktversand an Entscheider in Unternehmen, Hochschulen, Verbänden und Politik
 - A1: 2.400 an Führungskräfte in Unternehmen aus den Bereichen: Personalmanagement, Personalentwicklung, Hochschulmarketing und Hochschulkooperationen, Aus- und Weiterbildung, Corporate Academies
 - A2: 800 an Hochschulen: Career Services und Placement Center, Leiter Weiterbildung
 - A3: 100 an Ministerien, Bundestagsabgeordnete, Parteien, Verbände und Stiftungen
- ↘ B: 700 Teilnehmer der Master Konferenz 2009



↘ Gesamtauflage: 4.000 Exemplare

BETEILIGUNGSMÖGLICHKEITEN

➤ Profil Master-Anbieter

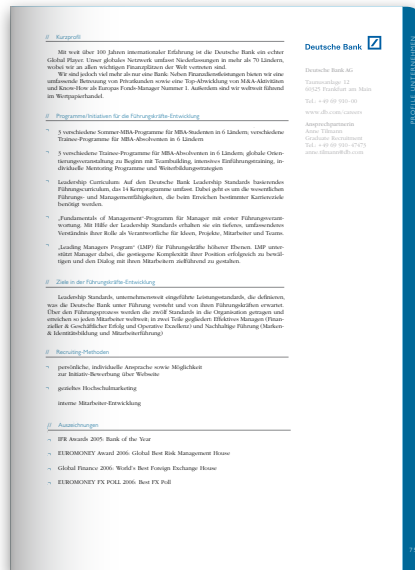
- ➔ wesentliche Informationen für die Personalentscheider in Unternehmen
- ➔ übersichtlicher, standardisierter Aufbau

➤ Profil Unternehmen

- ➔ besondere Kompetenz und Ansätze in der Führungskräfte-Entwicklung
- ➔ übersichtlicher, standardisierter Aufbau

➤ Imageanzeige

- ➔ in einem anspruchsvollen redaktionellem Umfeld
- ➔ in Ihrem Corporate Design



PROFIL MASTER-ANBIETER

- Überblick der wichtigsten Master-Programme im deutschsprachigen Raum
- Alle Informationen für Personalentscheider und Studierende auf einen Blick:
 - Kurzprofil der Institution
 - Master-Programme
 - Angebote für Unternehmen
 - Kooperationen
 - Qualitätsmanagement/Akkreditierung
 - Auszeichnungen/Rankings
 - Alumni-Netzwerk
 - Ansprechpartner für Unternehmen und Studierende
- Die standardisierten Profile werden anhand Ihrer Angaben von uns erstellt.
- Ein Index nach Branchen und Anwendungsbereichen ist den Profilen vorangestellt.
- Die personalisierte Distribution des Magazins wird auf die Ausrichtung der präsentierten Master-Programme abgestimmt.



FORMATE & PREISE

- ▼ Profil
 Hochschule/Master-Programm/Career Center
 Unternehmen/Corporate University
 - 1/1 Seite (inkl. 10 Frei-Exemplare) **1.200 EUR**
 - 1/2 Seite (inkl. 5 Frei-Exemplare) **650 EUR**

- ▼ Imageanzeige
 - 1/1 Seite (inkl. 10 Frei-Exemplare) **1.300 EUR**
 - 1/2 Seite (inkl. 5 Frei-Exemplare) **750 EUR**

- ▼ Bei Mehrfachbuchungen gilt folgende Rabattstaffel:
 2 Seiten 10%, ab 3 Seiten 15%.
- ▼ In Kombination mit einer Konferenzteilnahme gelten 10 %
 Nachlass.

TERMINE

- ▼ Buchungsschluss 30. September 2009
- ▼ Druckunterlagenschluss 7. Oktober 2009
- ▼ Erscheinungstermin 4. November 2009

DATEN

- ▼ Auflage 4.000 Exemplare
- ▼ Sprache deutsch
- ▼ Umfang ca. 100 Seiten
- ▼ Format B 195 mm x H 265 mm
- ▼ Druckverfahren Offset, 4-farbig Euroskala
- ▼ Preis 24,50 EUR inkl. Versandkosten
(innerh. Deutschland)
- ▼ Herausgeber SWOP. Medien und Konferenzen

Alle Preise zzgl. MwSt.



Dateiformat: druckfähiges PDF

Datenübermittlung: per E-Mail oder auf CD

ANSPRECHPARTNERINNEN



Corina Alt
Leiterin Magazin

T 030-531 47 37-52
ca@swop-berlin.de



Steffi Maaß
Projektmanagerin

T 030-531 47 37-17
sm@swop-berlin.de

↳ SWOP. Medien und Konferenzen
Ziegelstraße 29 | 10117 Berlin