

WISSENSCHAFTSMANAGEMENT WISSENSCHAFTSMARKETING

WISSENSCHAFTSMANAGEMENT

WISSENSCHAFTSMARKETING

Die zunehmend wettbewerbsorientierte Ausrichtung des Wissenschaftssystems durch eine veränderte Hochschulpolitik führt zu wachsenden Professionalisierungsbedarfen.

Um auf die steigenden Anforderungen und neuen Tätigkeitsfelder an Universitäten und Forschungseinrichtungen zu reagieren, ist eine gezielte Qualifikation in den Bereichen Wissenschaftsmanagement und Wissenschaftsmarketing essentiell.

*An der Technischen Universität Berlin wird ab dem Wintersemester 2018/19 das neue berufsbegleitende **Masterprogramm Wissenschaftsmanagement / Wissenschaftsmarketing** angeboten.*

Dieses weiterbildende Studienangebot ergänzt das fach- oder verwaltungswissenschaftliche Studium des wissenschaftlichen und administrativen Personals an Universitäten und Forschungseinrichtungen.

*Eine gezielte Qualifikation in einzelnen Themenbereichen ist im Rahmen eines **Zertifikatsangebots** mit der Belegung von ausgewählten Modulen möglich.*

*Das Masterprogramm ist der Auftakt einer Initiative der Vizepräsidentin der TU Berlin Prof. Dr. Angela Ittel und des Kanzlers Dr. Mathias Neukirchen zum Aufbau einer **Akademie für Wissenschaftsmanagement**.*

Berufsbegleitendes Masterstudium
Zertifikatskurse



Studienstart

Der Start eines neuen Jahrgangs ist jeweils zum Wintersemester im Oktober eines Jahres.

Studienformate

Das Masterprogramm Wissenschaftsmanagement / Wissenschaftsmarketing wird im Blended-Learning-Format angeboten, einer Kombination aus Präsenz- und Onlinephasen. Die Präsenzphasen finden acht Mal verteilt über zwei Jahre i.d.R. von Mittwoch bis Samstag in Berlin statt und werden zur intensiven Einarbeitung in eine Materie genutzt. Jeder Präsenzphase folgt eine ca. 6-wöchige Onlinephase. Der Arbeitsaufwand während der Onlinephasen liegt bei ca. 10 bis 15 Stunden pro Woche.

Praxisbezug

Beide Studienrichtungen zeichnen sich durch ihren konsequenten Praxisbezug aus. Neben der Möglichkeit, die eigene Arbeit zu reflektieren und ins Studium einzubringen, entwickeln die Studierenden Konzepte für Auftraggeber aus der Wissenschaft.

Studiengebühren

Das gesamte Masterstudium kostet 9360,- € (2340,- € je Semester) vorbehaltlich Änderungen zzgl. Verwaltungsgebühren für Immatrikulation und Rückmeldung.

Zertifikate

Der modulare Aufbau des Studiums ermöglicht es, Module einzeln zu belegen, um sich gezielt in einem für den eigenen Arbeitsbereich relevanten Thema weiterzubilden. Das Belegen von Einzelmodulen kostet 980,- € pro Modul.

Zielgruppe

Wissenschaftlicher Mitarbeiter*innen
Verwaltungsmitarbeiter*innen
Wissenschaftsmanager*innen
Mitarbeiter*innen von Forschungseinrichtungen
Mitarbeiter*innen von Marketingabteilungen,
Presse- und Transferstellen
Projektmitarbeiter*innen

Kontakt

TU Berlin ScienceMarketing

Das Masterprogramm Wissenschaftsmanagement / Wissenschaftsmarketing ist ein Studienangebot der Technischen Universität Berlin.

Mit der Durchführung und Betreuung des Studienangebots ist die TUBS GmbH – TU Berlin ScienceMarketing beauftragt. Als 100%ige Tochter der TU Berlin hat es sich die TUBS GmbH zur Aufgabe gemacht, Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler auf ihren spezifischen Karrierewegen kompetent zu begleiten und bietet maßgeschneiderte Weiterbildungen an.

Wissenschaftliche Studiengangskoordinatorin

Weiterbildung / TUBS GmbH

Alice Orth

Telefon: +49 (0)30 / 44 72 02 33

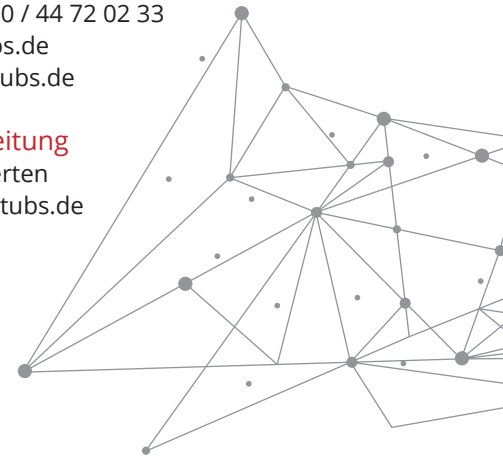
E-Mail: orth@tubs.de

weiterbildung@tubs.de

Studiengangsleitung

Dr. Wolfgang Merten

E-Mail: merten@tubs.de



Wir bilden Sie weiter

TUBS GmbH
TU Berlin ScienceMarketing
Hardenbergstraße 19
10623 Berlin



www.tubs.de

<https://wissenschaftsmanagement.tubs.de>

Studienablauf

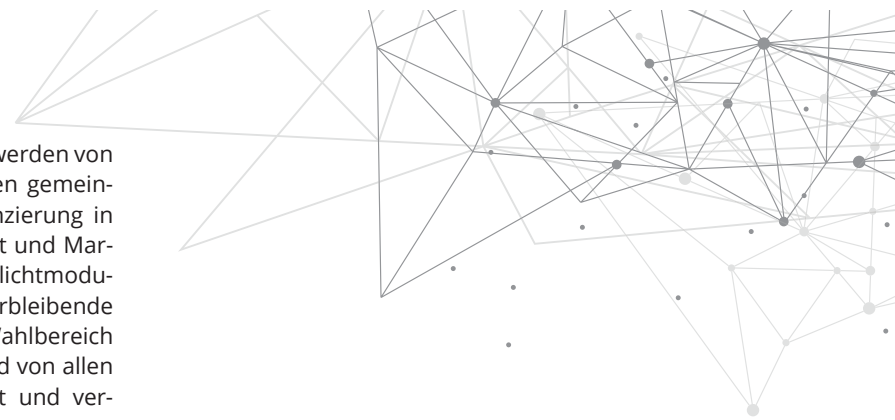
Die ersten vier der insgesamt acht Module werden von den Studierenden beider Studienrichtungen gemeinsam besucht. Im Rahmen der Ausdifferenzierung in die beiden Studienrichtungen Management und Marketing absolvieren die Studierenden drei Pflichtmodule ihrer jeweiligen Spezialisierung. Das verbleibende Modul wird von den Studierenden im Wahlbereich individuell belegt. Das Modul Soft Skills wird von allen Studierenden studienbegleitend absolviert und vertieft die im Führungsmodul erworbenen Kompetenzen.

Inhalte

Eine zentrale Rolle nimmt das Thema „Führen in der Wissenschaft“ in Theorie und Praxis ein. Hierbei werden die Bereiche Führung und Kommunikation sowie die Persönlichkeitsentwicklung der Studierenden adressiert. Neben dem Modulangebot wird das Thema als zentraler Aspekt im Rahmen der Soft Skills in das Studium integriert und über die gesamte Dauer des Studiums entwickelt und ausgebaut. Es ist beabsichtigt, ein individuelles Coachingangebot für die Studierenden einzuführen.

Der Erwerb von fachlichem Wissen und praktischen Kompetenzen in Bezug auf **Internationalisierung** und **Digitalisierung** stehen in allen Modulen als Querschnittsthemen an zentraler Stelle.

Das Masterprogramm Wissenschaftsmanagement wird vorbehaltlich der Zustimmung der Gremien der TU angeboten. Der Masterstudiengang Wissenschaftsmarketing wird in jedem Falle durchgeführt, ggf. in seinem bisherigen Aufbau.



BASISMODULE beider Studienrichtungen

1 *Struktur des Wissenschaftssystems*

- MODUL
- Struktur und Organisation des Wissenschaftssystems in Deutschland
 - Politische, ökonomische und rechtliche Rahmenbedingungen
 - Aktuelle Entwicklungen
 - Überblick über Universitäten, Forschungseinrichtungen und Fördermittelgeber

2 *Führen in der Wissenschaft*

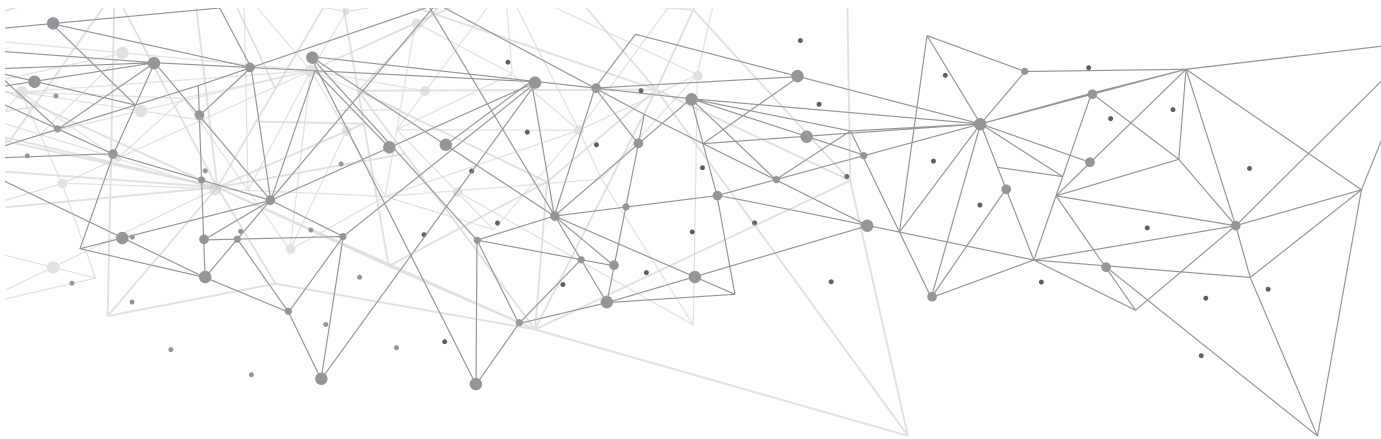
- MODUL
- Theorie und Praxis
 - Aufgaben, Führungsstile, Selbstreflexion, Personalentwicklung und -führung, Diversity, Gesundheitsmanagement
 - Soft Skills: Kommunikation, Gesprächsführung, Moderation, Konfliktmanagement, Motivation, Teams

3 *Projektmanagement*

- MODUL
- Grundlagen, Methoden und Instrumente des Projektmanagements
 - Initiierung, Projektplanung, Zeit- und Kostenmanagement
 - Führung und Kommunikation in Projekten

4 *Finanzen & Controlling, Projektförderung & Fundraising*

- MODUL
- Haushaltsrecht
 - Finanzplanung und Controlling
 - Nationale und EU-weite Forschungsförderung und Förderinstrumente
 - Fundraising / Fördermittelakquise
 - Beteiligung an Förderprogrammen, Projektanträge



PFLICHTMODULE Wissenschaftsmanagement

5 *Strategie und Change Management*

- Strategisches Management und Change Management: Grundlagen
- Ansätze, Methoden, Aufgaben, Ziele und Instrumente zur Strategieentwicklung und Implementierung
- Management von Change-Prozessen: Methoden, Konzepte und Instrumente

6 *Hochschulrecht und Verwaltung*

- New Public Management
- Hochschul- und Wissenschaftsrecht
- Juristische Methodenlehre
- Verwaltungshandeln

7 *Personal und Organisation*

- Aufbau und Struktur von Wissenschaftseinrichtungen
- Organisationslehre / -entwicklung
- Aufgaben, Ziele, Zielgruppen und Rahmenbedingungen des Personalmanagements
- Auswahl- und Einstellungsverfahren, Personal- und Tarifrecht, Gleichstellung und Diversität

8 *Wahlmodule*

- Forschungs- und Innovationsmanagement
- Evaluation und Qualitätsmanagement
- Wissenschaftskommunikation
- Scientific Events / Third Mission

PFLICHTMODULE Wissenschaftsmarketing

5 *Kommunikationsmanagement*

- Strategische Kommunikationsplanung, Kommunikationsmodelle
- 9-Phasenmodell der Kommunikation
- Moderation, Mediation, Präsentation

6 *Marketing*

- Marktforschung, Markt- und Wettbewerbsanalysen
- Marketinginstrumente
- Strategisches und Operatives Marketing
- Science-to-Business
- Patent-, Wettbewerbs- und Markenrecht

7 *Public Affairs*

- Politische Kommunikation für Wissenschaft und Forschung
- Politikberatung / Interessenvertretung
- Stakeholder-Analysen / Themenmanagement
- Medien und Public Affairs
- Krisenkommunikation

8 *Wahlmodule*

- Forschungs- und Innovationsmanagement
- Evaluation und Qualitätsmanagement
- Wissenschaftskommunikation
- Scientific Events / Third Mission

