

Kontakt

Detlev Kran - Education Consult
Am Petershof 22a
50321 Brühl
Deutschland

Festnetz: +49 (0) 2232 680111
FAX: +49 (0) 2232 680112
@Office: +49 (0) 2232 5675777
Mobil: +49 (0) 151 52511698

Mail: info@educationconsult.de
Web: www.educationconsult.de



Master of Business Administration (MBA) - Eine Marktanalyse - DGWF Jahrestagung; Regensburg

Detlev Kran

- Welche sind die curricularen Themen der Zukunft?
- Welche didaktischen Ansätze werden bei den MBA-Einrichtungen angewandt?
- Gibt es neue Ansätze für Studienorganisation in den Business Schools?
- Wie werden neuen Zielgruppen für MBA und wirtschaftswissenschaftliche Weiterbildung erschlossen?
- Findet das Prinzip der Durchlässigkeit Anwendung in den Business Schools?
- Wie könnten Kommunikation und das Marketing sich entwickeln?

Was ist überhaupt ein MBA?

Geteilte Meinungen und das Curriculum

„Der „Master of Business Administration“ (MBA) ist ein postgraduales generalistisches Managementstudium, das alle wesentlichen Managementfunktionen abdecken soll. MBA ist auch die Bezeichnung für den durch dieses Studium erworbenen akademischen Grad.“

Quelle: Wikipedia

Inhalt eines MBA-Programms sollten sein.

- **Fachwissen** über alle funktionalen Managementbereiche
- **Überfachliches Wissen** zum generellen Erwerb von Wissen und zur **persönliche Entwicklung**
- **Wahlfächer** die es ermöglichen, einen Schwerpunkt zu wählen.

Quelle; efmd, MBA-Guidelines, 1997

The MBA Core Curriculum at the Top 50 U.S. Business Schools

Business Week, 2008, Business Schools: A Study in Failure
http://images.businessweek.com/story/08/600/0421_mba_curriculum.jpg

Categories and Courses	% Required
The Functional MBA Courses	
• Marketing	100%
• Corporate Finance	100%
• Financial Accounting	98%
• Operations & Supply Chain Management	96%
• Corporate Strategy	92%
• Managerial/Cost Accounting	66%
• Management Information Systems	50%
• Operations Research	14%
The Analytical MBA Courses	
• Managerial Economics	92%
• Quantitative Analysis (including Statistics)	88%
• Decision Analysis	42%
The Soft Skills MBA Courses	
• Management Communications	60%
• Organizational Behavior	56%
• General Management	36%
• Leadership	34%
• Human Resource Management	28%
• Organizational Architecture & Design	12%
• Negotiations	12%
• Career Planning	10%
• Entrepreneurship	8%
The Socially Responsible MBA Courses	
• Corporate Ethics/Social Responsibility	40%
• Business & Government	24%
• Business Law	4%
The Global MBA Courses	
• Macroeconomics	66%
• Global Strategic Management	18%
• International Business	16%

So gibt es deutlich mehr Lehrkräfte, die mit quantitativen Methoden und mathematischen Modellen arbeiten, als solche, die qualitative oder induktive Ansätze bevorzugen.

Eine weitere notwendige Änderung im Curriculum sehen die Autoren in:

- Interdisziplinarität,
- Aufnahme überfachlicher Qualifikationen sowie in der
- Unterrichtung von einer stärker funktionsübergreifenden Ausgestaltung
- Unterrichtung von Problemfindungs- und Problemlösungstechniken.
- Die Fähigkeiten, die die Studenten bereits zum Studium mitbringen, zu nutzen
- Vermitteln welche Rolle Führungskräfte in einem Unternehmen spielen
- Mehr „echten“ Praxisbezug einzuführen
- Unter akademischer Anleitung Projekte in Firmen absolvieren.

„Wenn man die Ergebnisse der Managementausbildung der letzten 20 Jahre betrachtet und die Gewichte so falsch liegen (siehe Oben), dann muss man die bisherige Managementausbildung der Top Business Schools mit Skepsis sehen. Problem ist, dass sich eine Veränderung weg vom „Shareholder Value“ erst in 10 bis 15 Jahren in den Führungsstäben bemerkbar macht.“

Quelle: Manager Magazin, Interview mit Peter Drucker, 2004

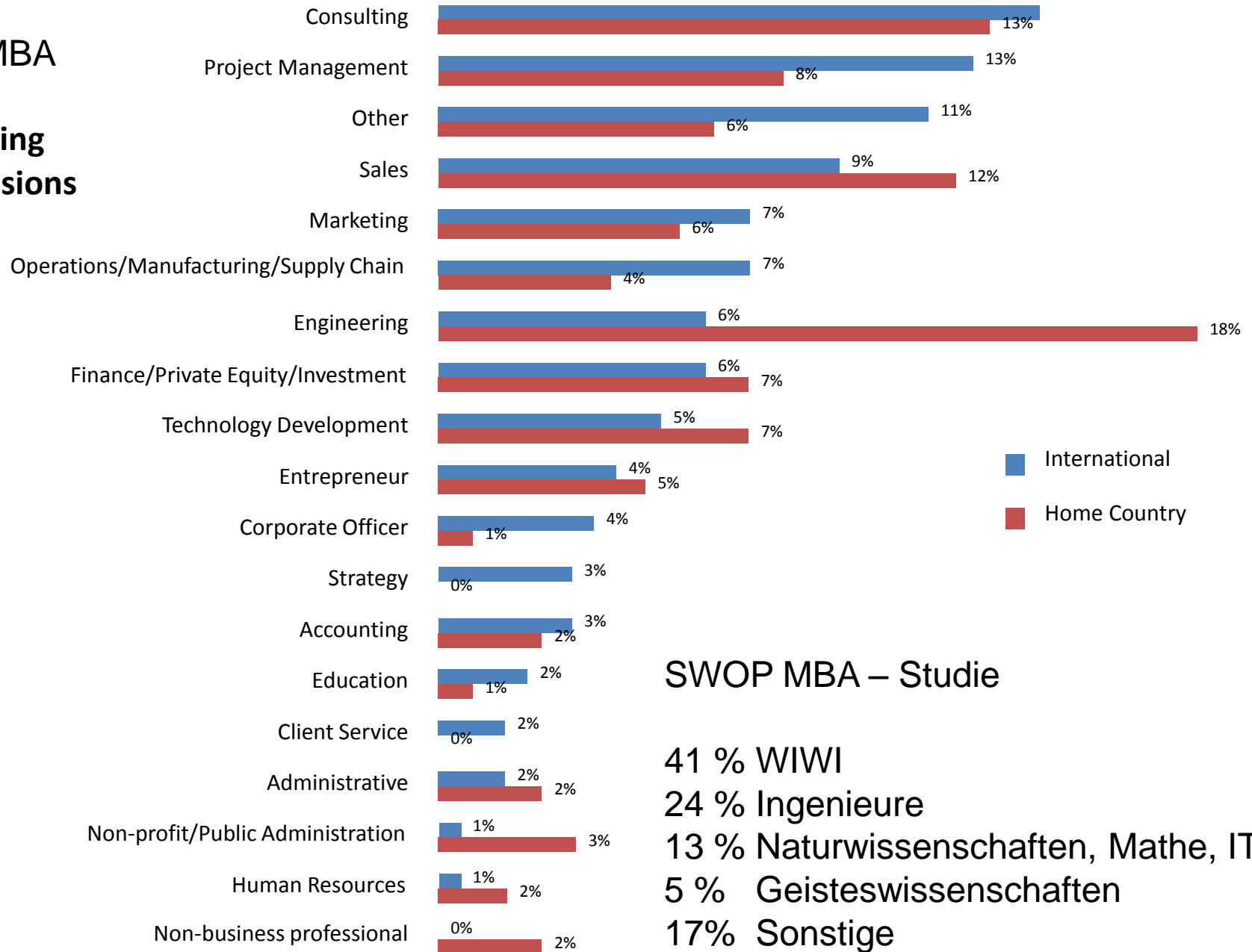
Erwartungen an den „Kunden“

Eine Fehleinschätzung?

„Aus Sicht der Unternehmen sollten MBA-Programme **besonders für Ingenieure und Naturwissenschaftler mit Berufserfahrung** gestaltet werden, um vorhandenes Wissen zu ergänzen und Defizite zu beseitigen. **Gerade Ingenieure haben hier, für eine Verwendung in leitenden Positionen, Nachholbedarf.**“

Quelle: Wilkesman, Uni Dortmund

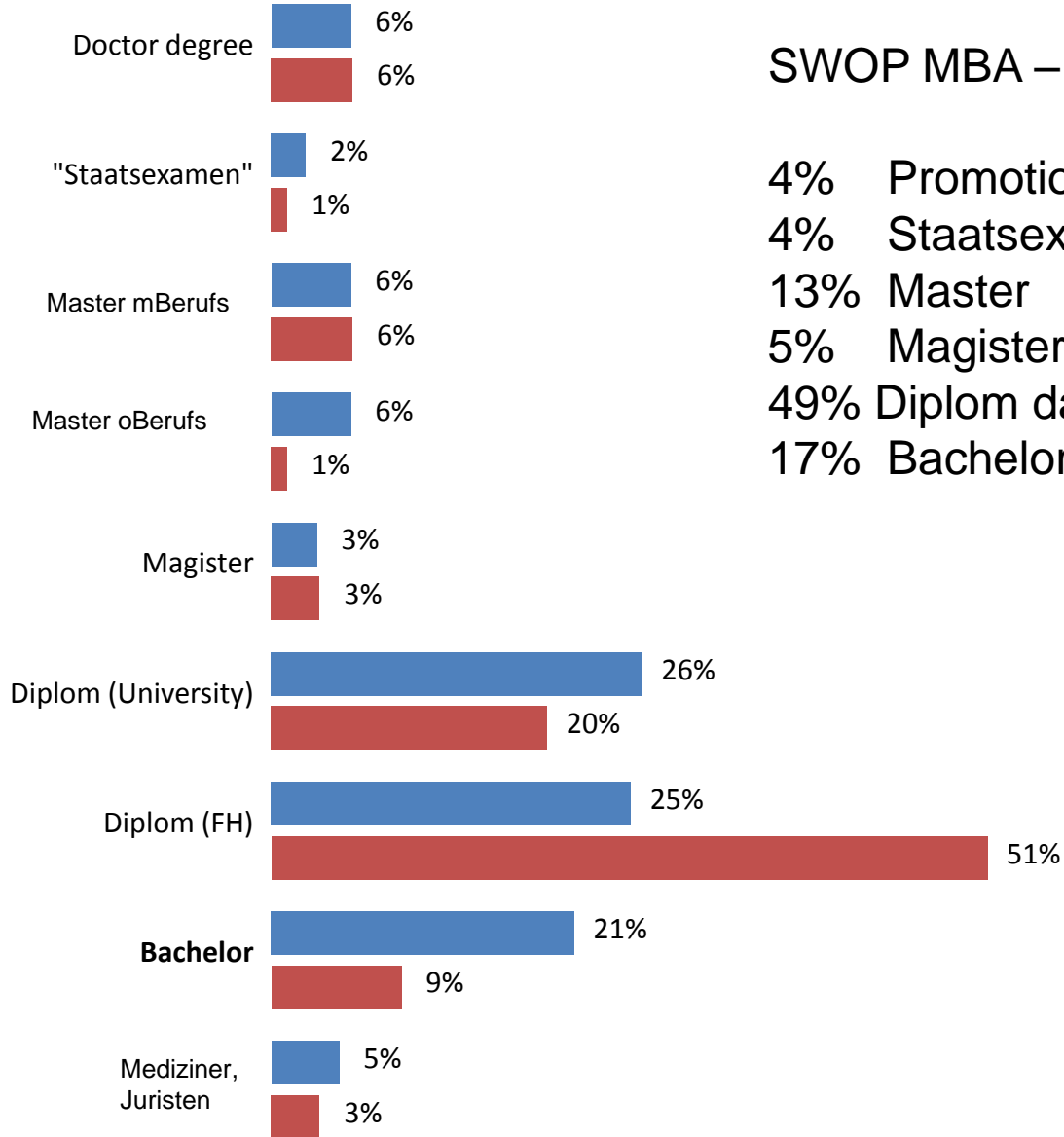
The MBA Tour Incoming Professions



SWOP MBA – Studie

41 % WIWI
 24 % Ingenieure
 13 % Naturwissenschaften, Mathe, IT
 5 % Geisteswissenschaften
 17% Sonstige

The MBA Tour Highest Degree of Pre-MBAs and Current MBAs

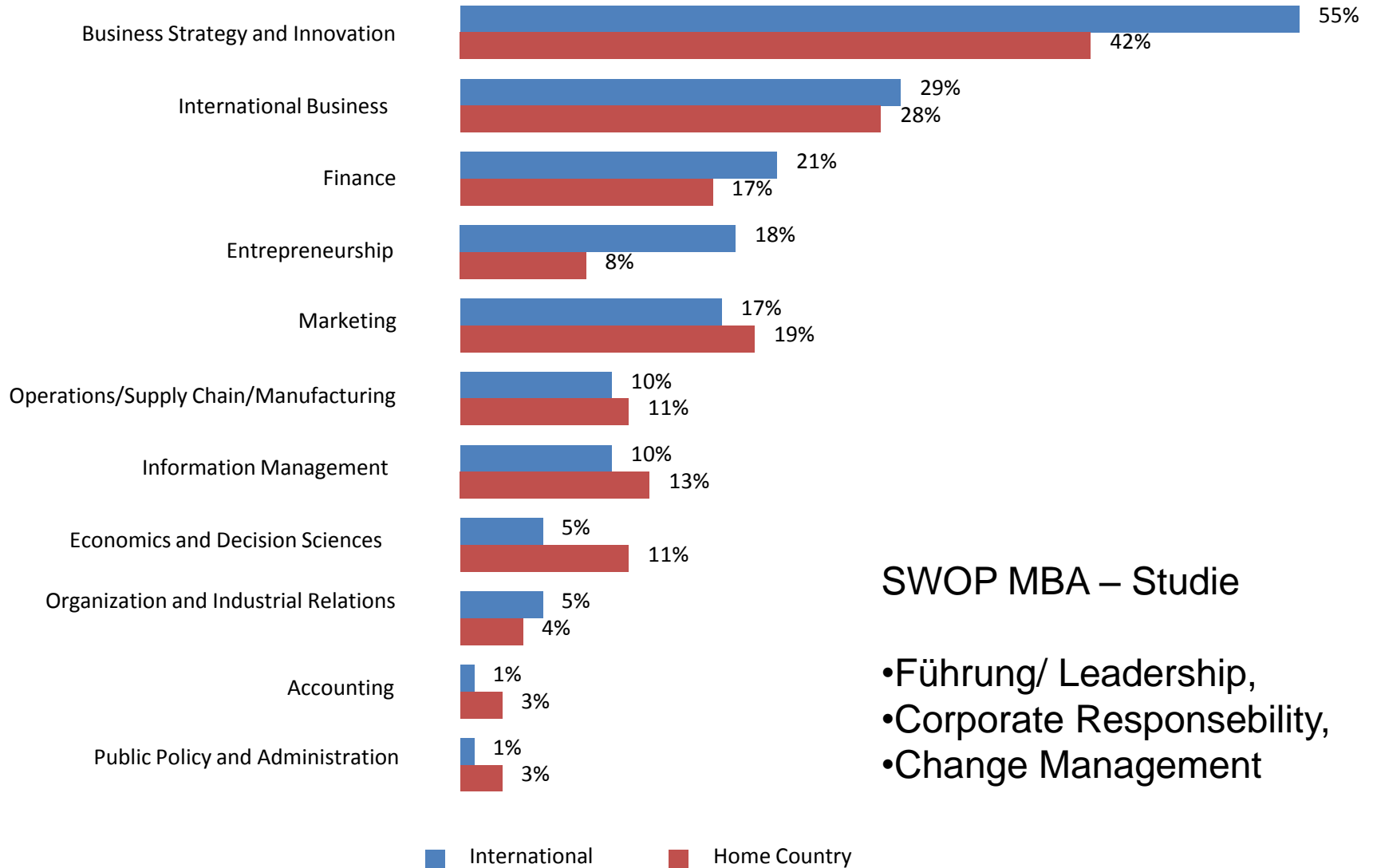


SWOP MBA – Studie

4% Promotion
 4% Staatsexamen
 13% Master
 5% Magister
 49% Diplom davon 50% UNI
 17% Bachelor

Erwartungen/Motive des „Kunden“ Student an den MBA

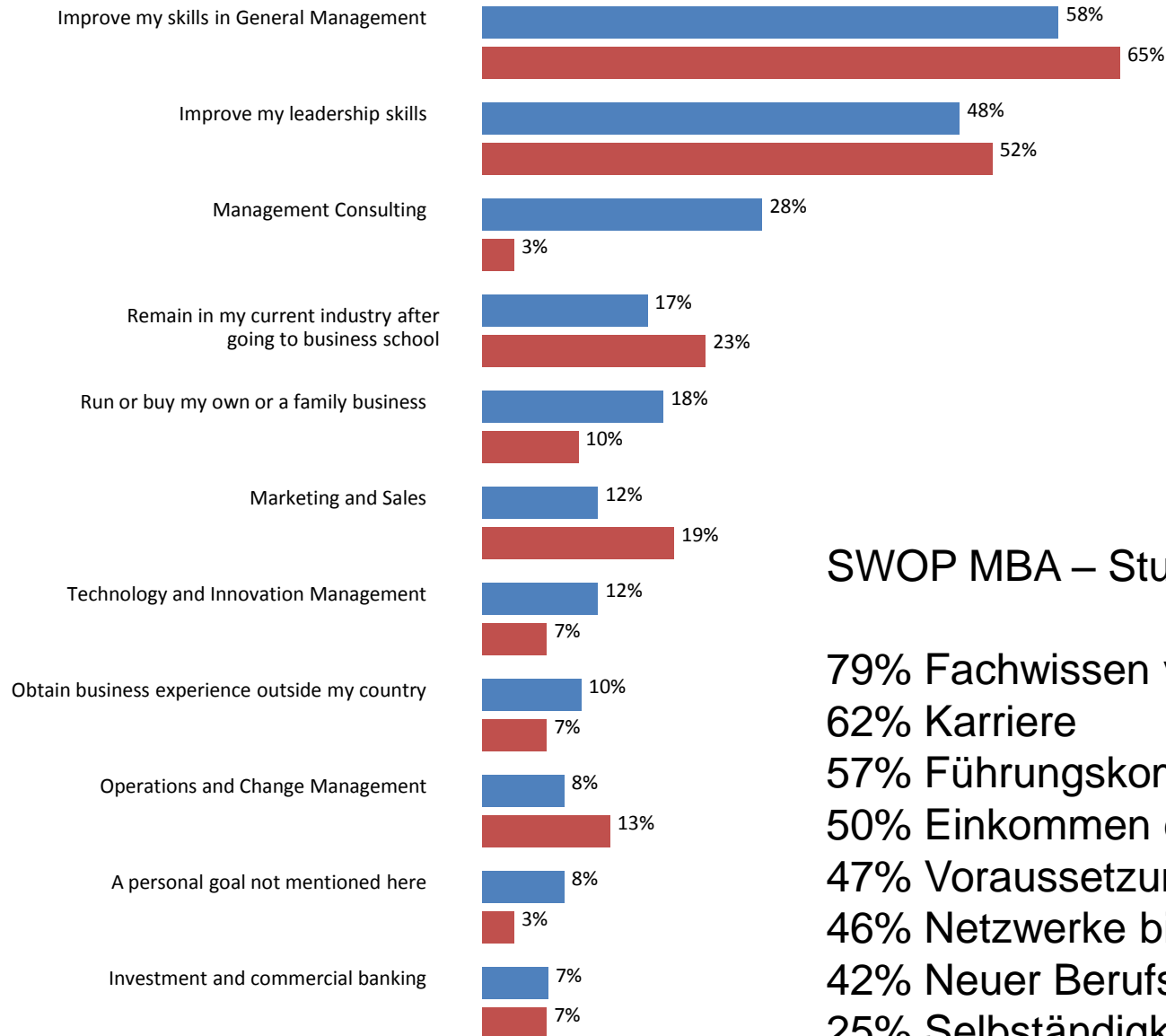
Planned Academic Concentration of Pre-MBAs and Current MBAs



SWOP MBA – Studie

- Führung/ Leadership,
- Corporate Responsibility,
- Change Management

Long Term Goals of Pre-MBAs



SWOP MBA – Studie

79% Fachwissen verbessern

62% Karriere

57% Führungskompetenz erwerben

50% Einkommen erhöhen

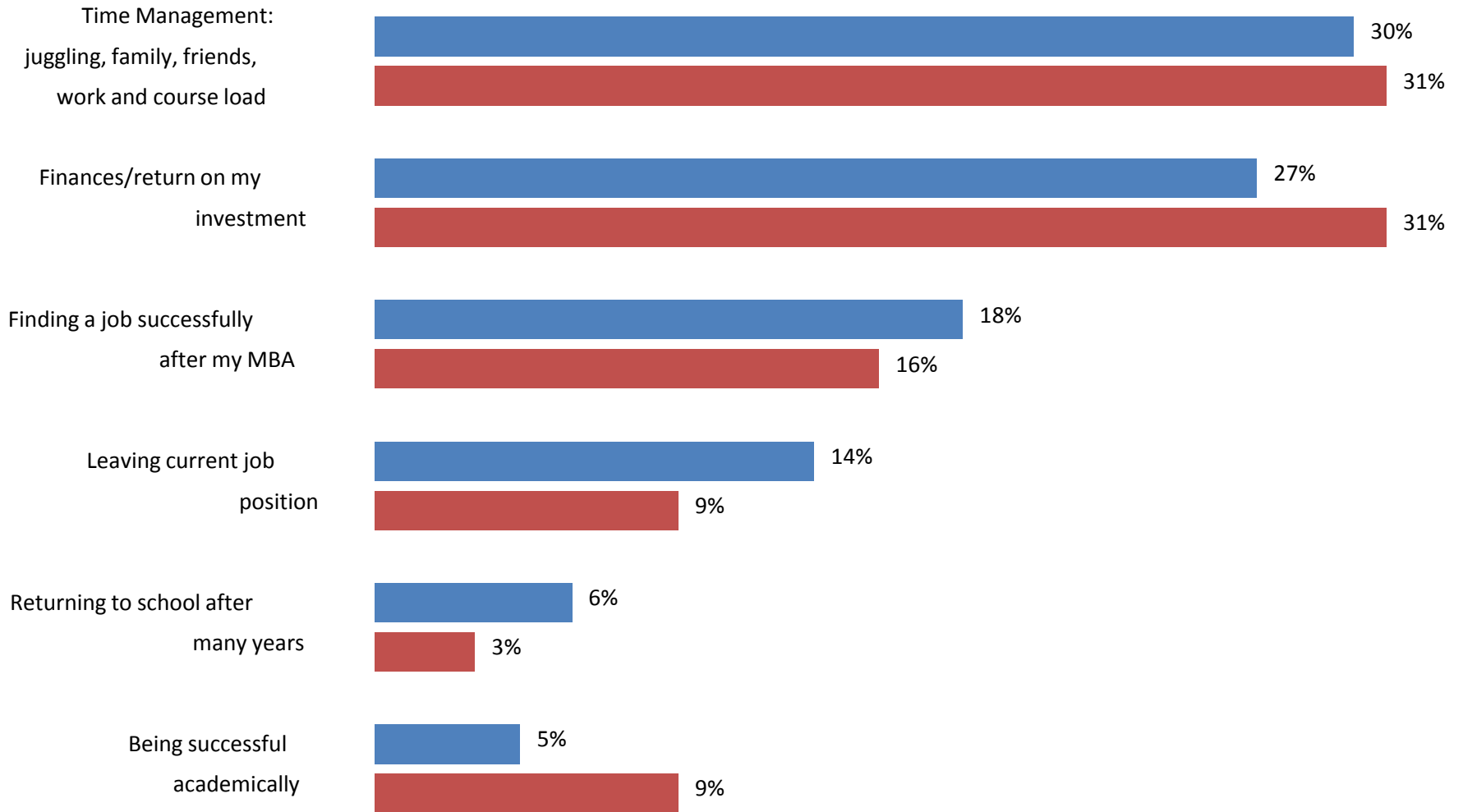
47% Voraussetzung für Führungsposition

46% Netzwerke bilden

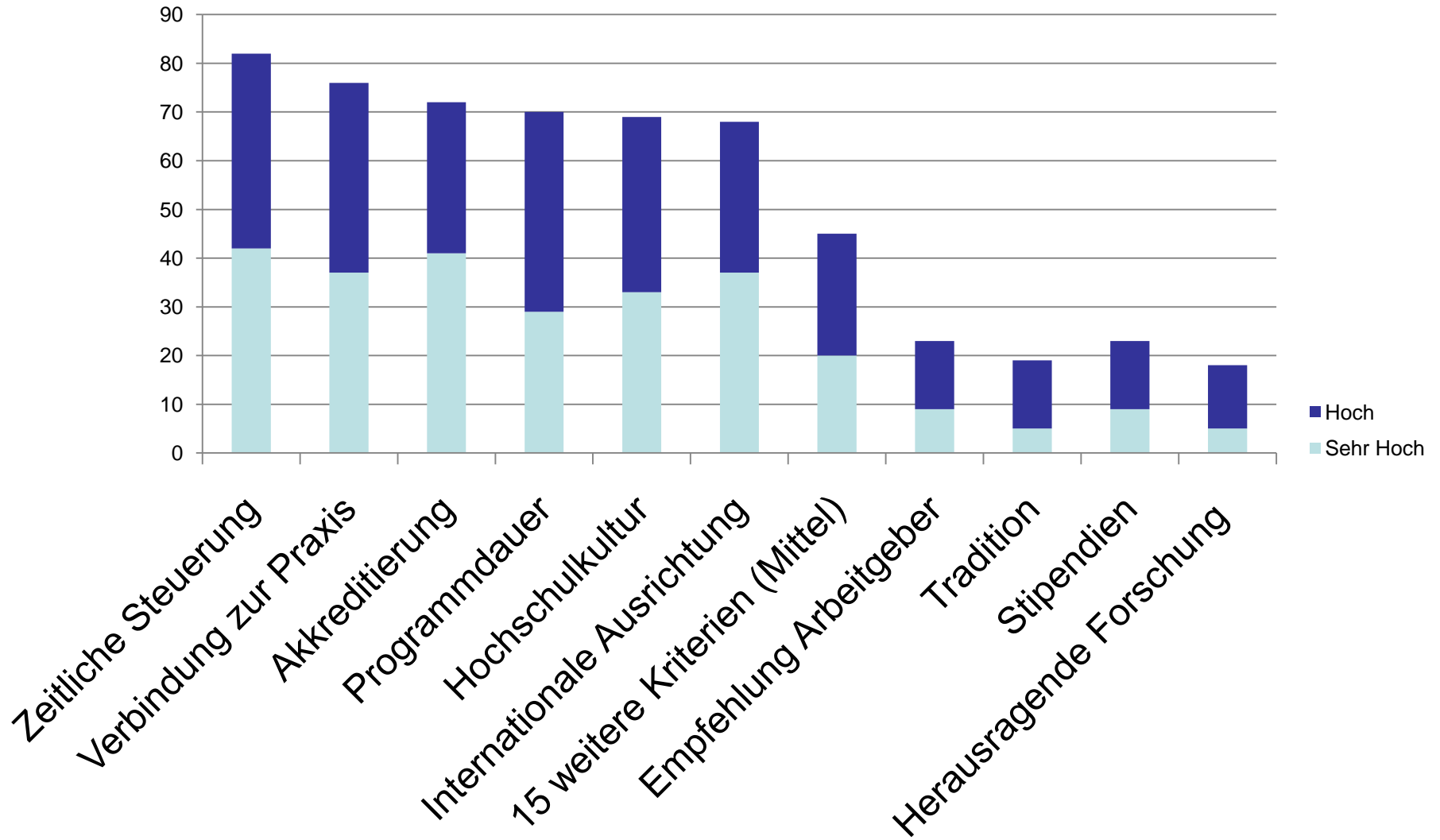
42% Neuer Berufsweg

25% Selbständigkeit

Biggest Anxiety of Pre-MBAs



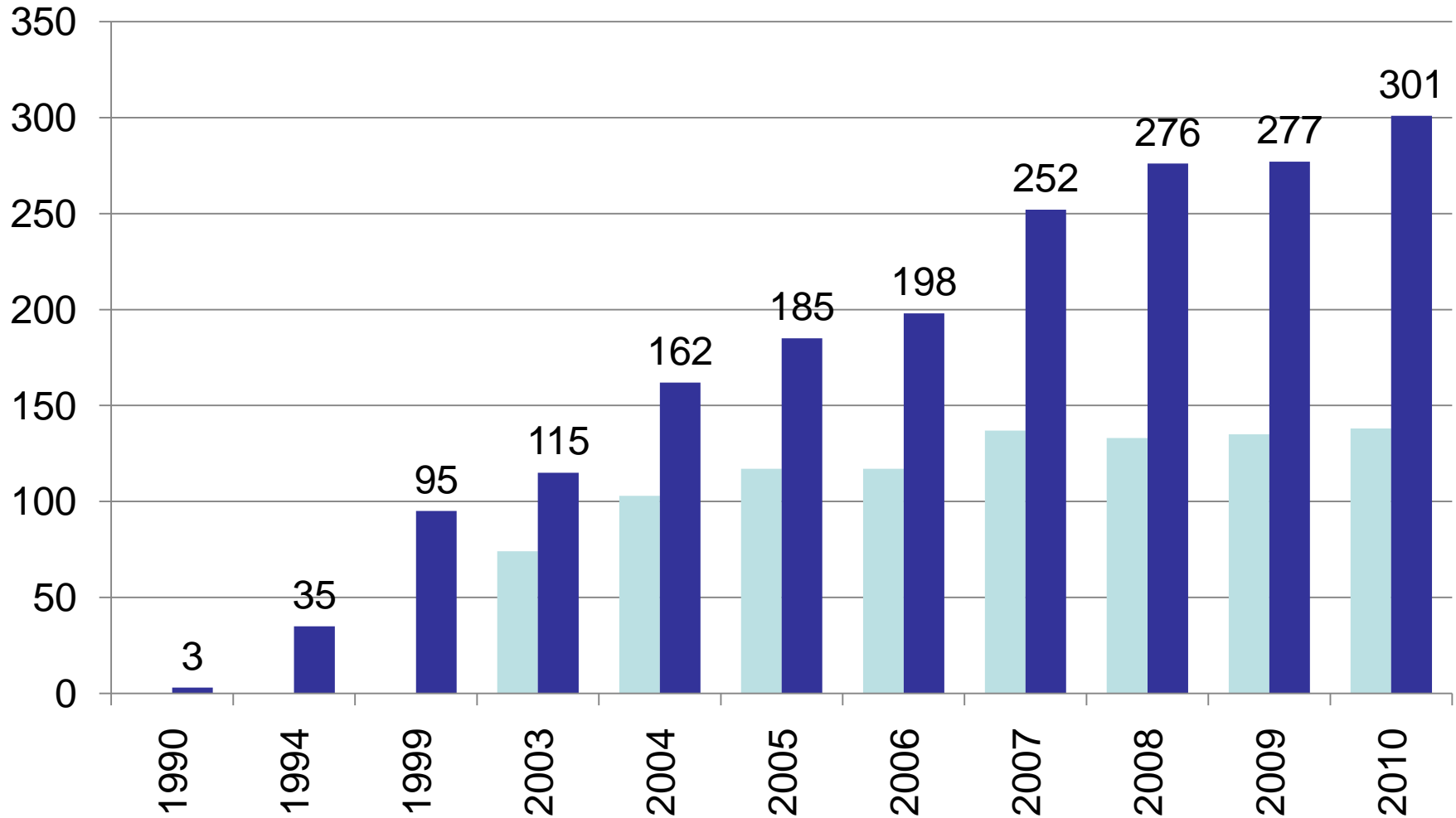
SWOP - Bedeutung bei der Auswahl eines MBA's



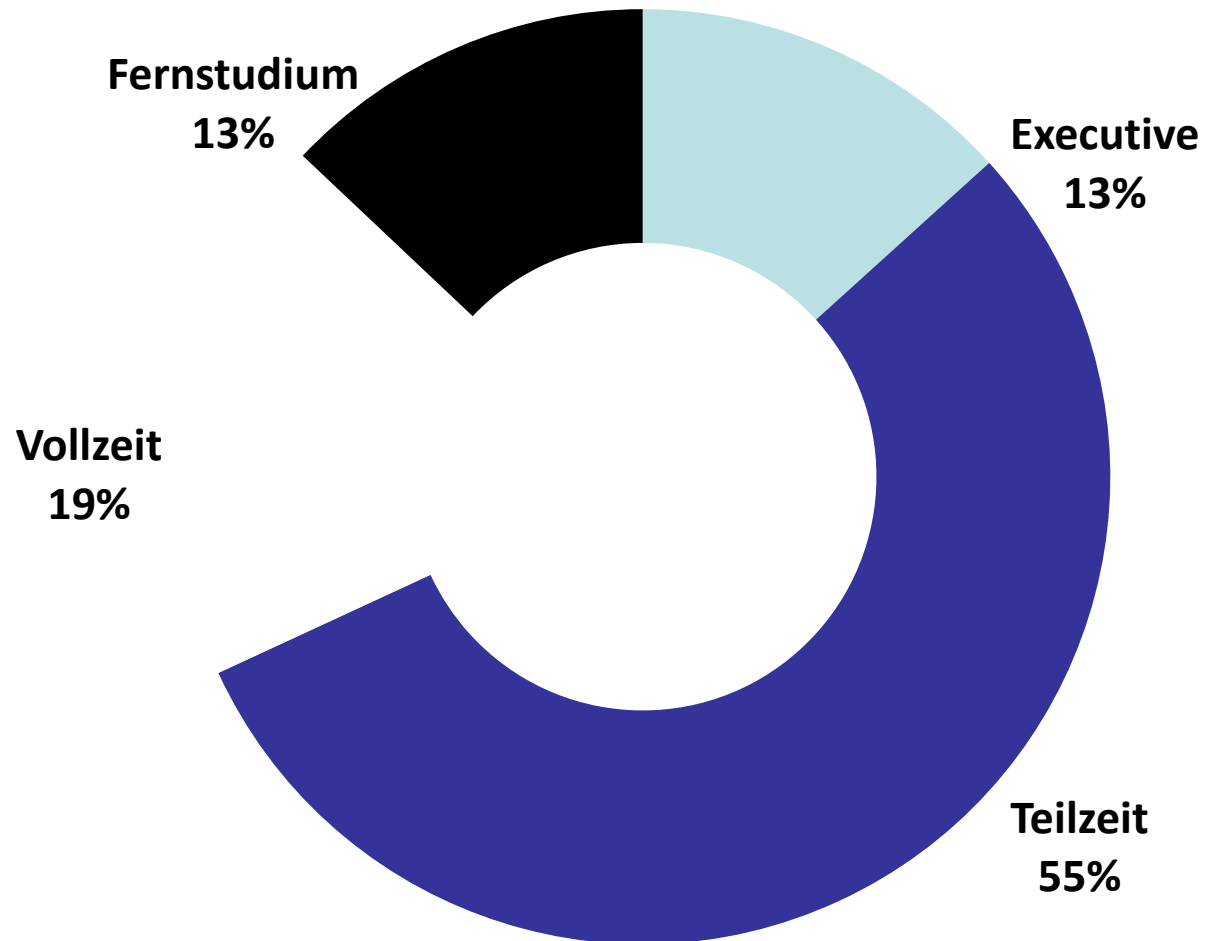
Der MBA Markt

Zahlen und Fakten

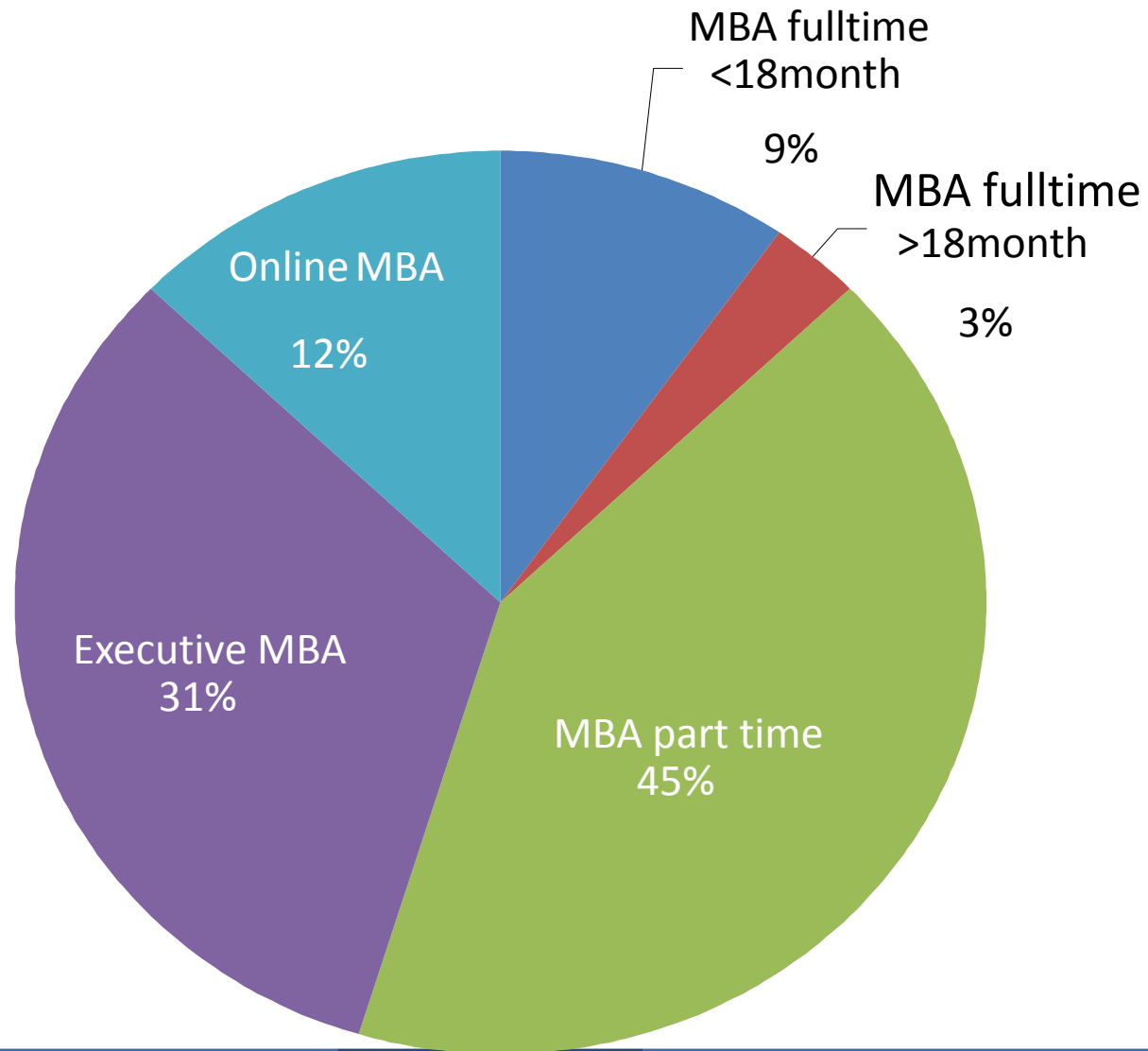
MBA- Guide 2011 = 301 MBA-Programme und 138 Anbieter in Deutschland



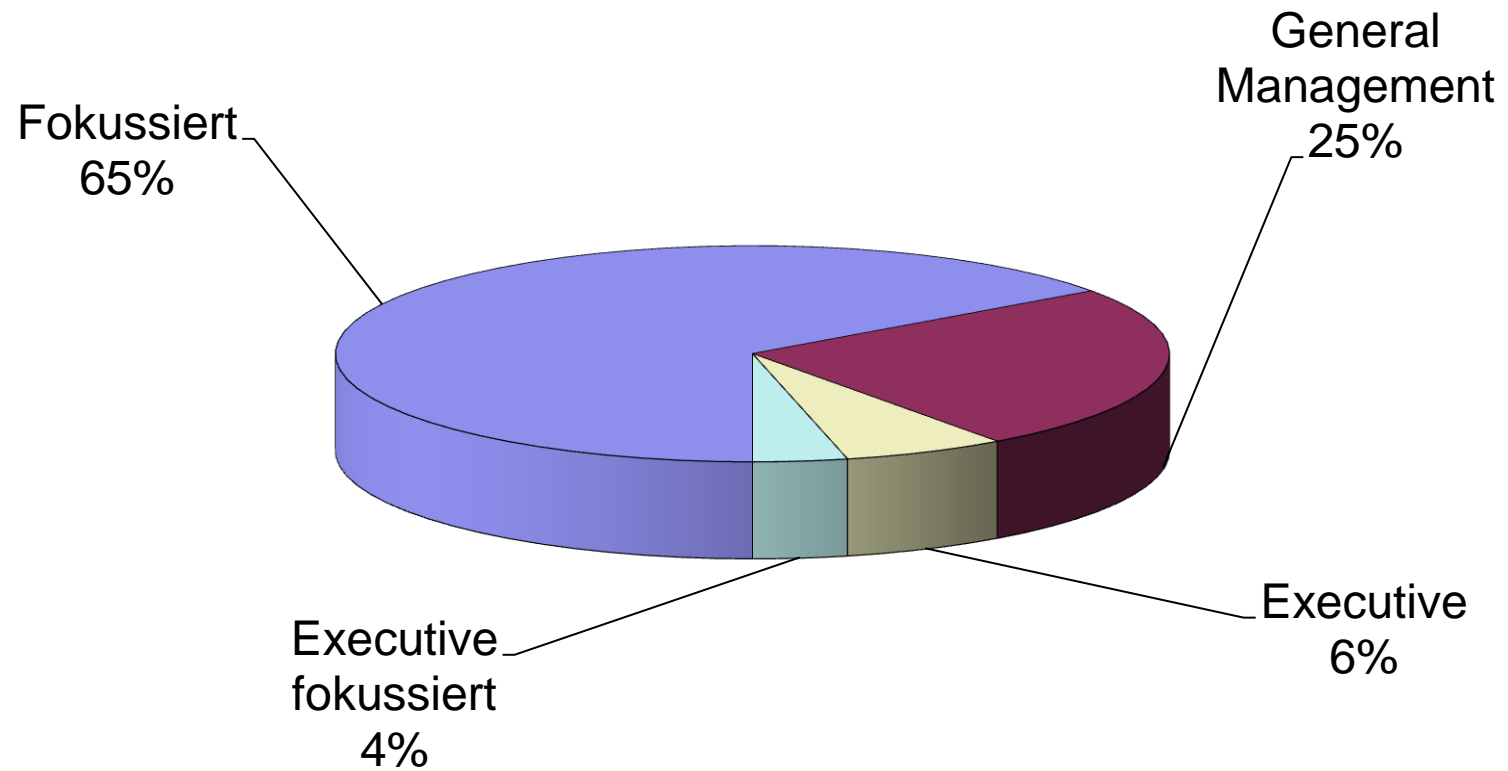
MBA-Guide 2011 = MBA Programmformen in Deutschland



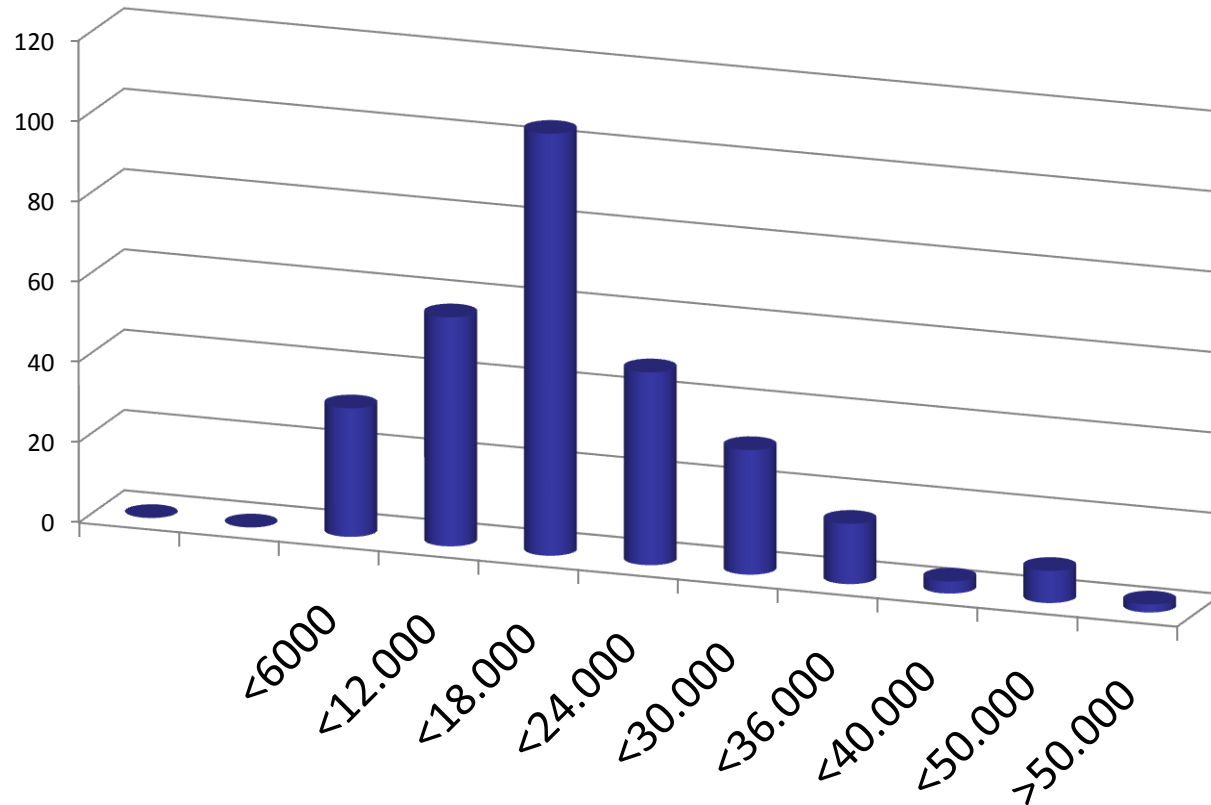
Pre-MBAs wanting to study inside Germany



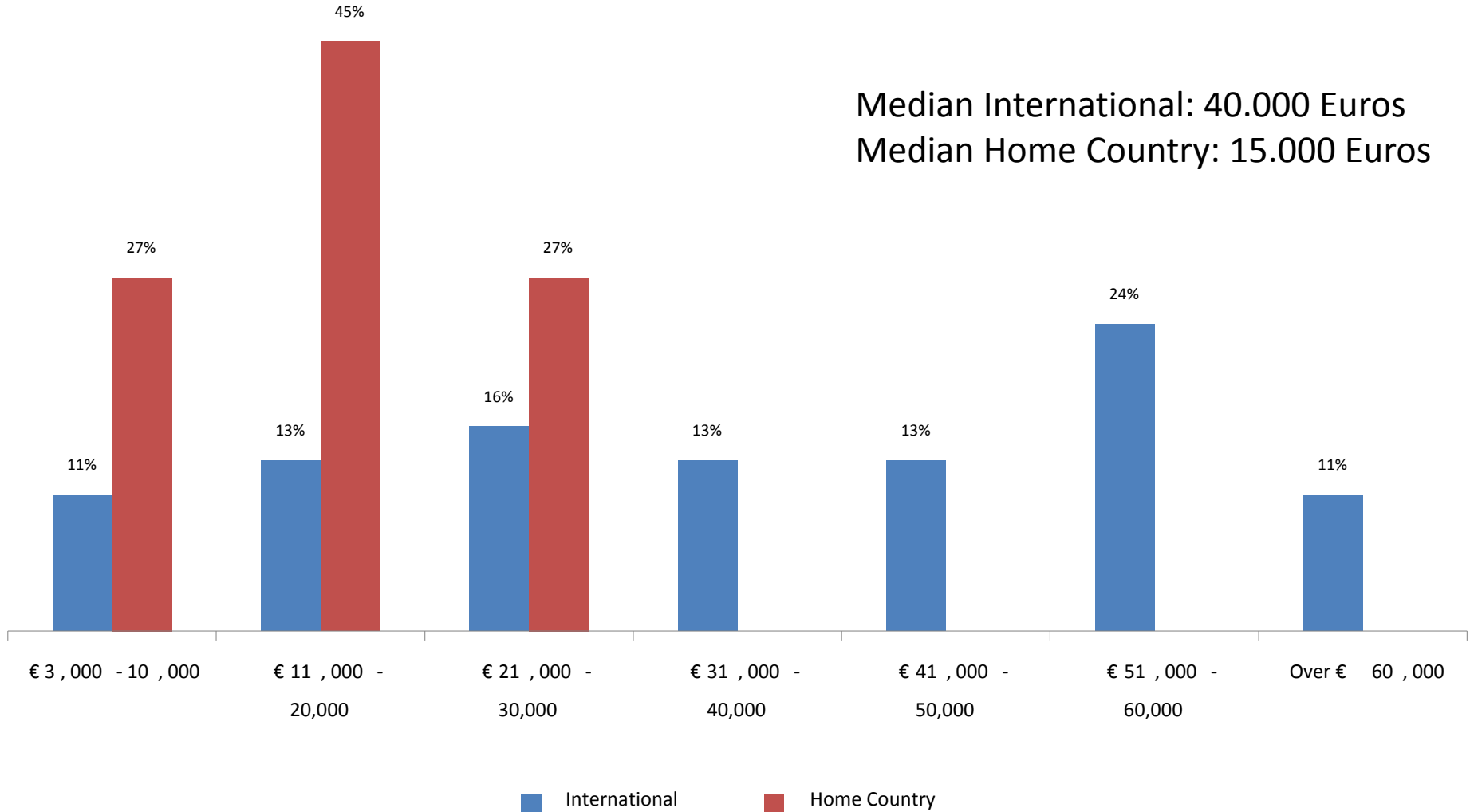
MBA-Guide 2011= MBA Programmvertiefungen in Deutschland



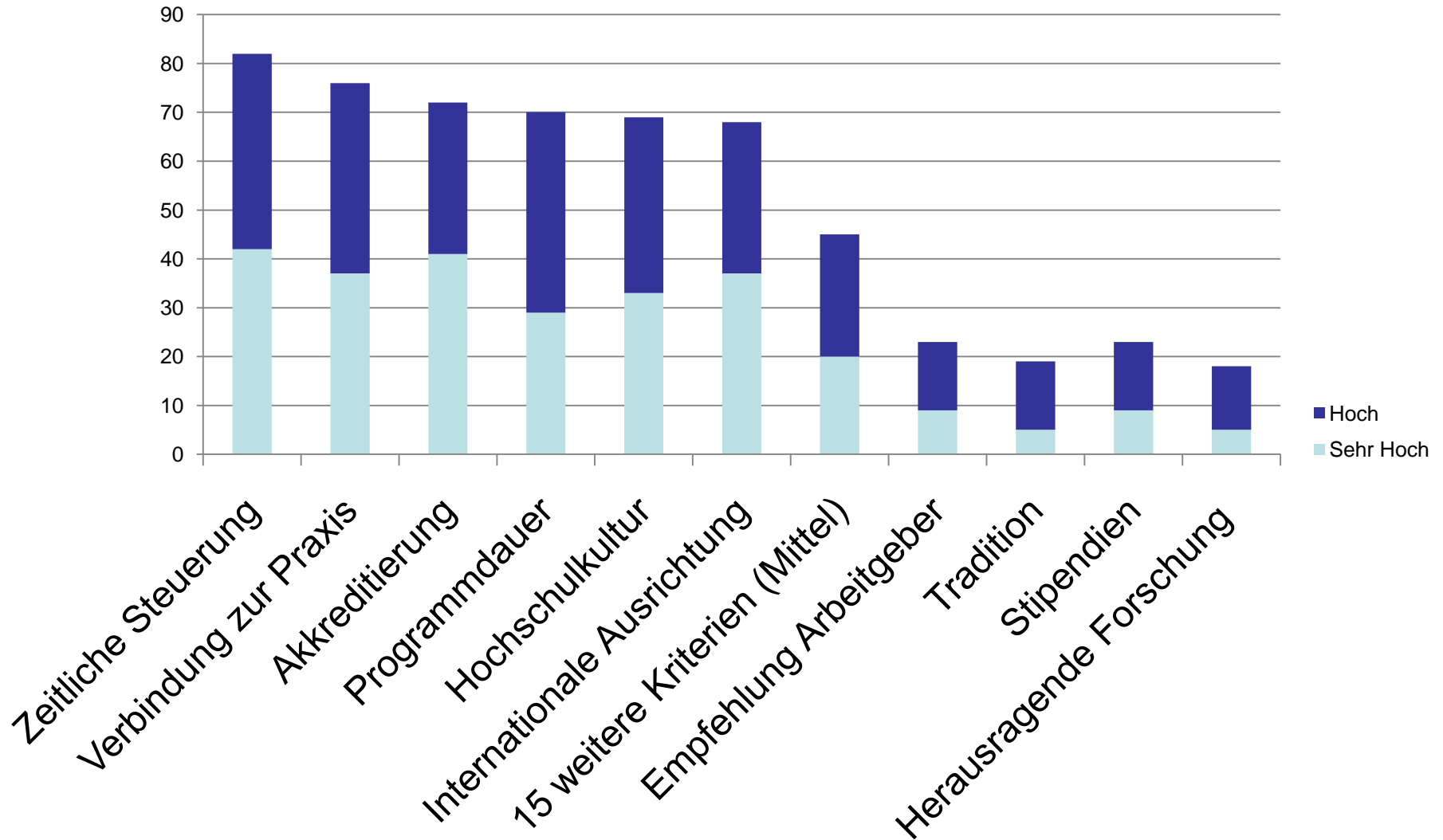
MBA-Guide = Kosten des MBA in Deutschland



Distribution of Affordable Tuition Fees (Pre-MBAs)



Bedeutung bei der Auswahl eines MBA's



Der klassische MBA-Studierende ist:

- **Männlich,**
- **Ca. 30 - 35 Jahre alt**
- **FH – Absolvent**
- **Nicht Wirtschaftswissenschaftler**
- **Arbeitet bisher im mittleren Management**
- **Sucht einen Teilzeit MBA**
- **Sucht einen „General Management“ MBA**
- **Ist bereit zwischen 15.000 und 25.000 € auszugeben**

Der nicht klassische MBA-Studierende I ist:

- **Männlich,**
- **Ca. 30 - 35 Jahre alt**
- **UNI/FH – Absolvent**
- **Wirtschaftswissenschaftler**
- **Arbeitet bisher im mittleren Management**
- **Sucht einen Teilzeit-MBA in Deutschland**
- **Sucht einen spezialisierten MBA**
- **Ist bereit zwischen 10.000 und 20.000 € auszugeben**

Der nicht klassische MBA-Studierende II ist:

- **Männlich,**
- **Ca. 25 -28 Jahre alt**
- **UNI/FH – Absolvent**
- **Wirtschaftswissenschaftler**
- **Arbeitet bisher im mittleren Management**
- **Sucht einen Vollzeit-MBA im Ausland**
- **Sucht einen „General Management“ MBA**
- **Ist bereit zwischen 30.000 und 50.000 € auszugeben**
- **Jobwechsler**



Kontakt

Detlev Kran - Education Consult
Am Petershof 22a
50321 Brühl
Deutschland

Festnetz: +49 (0) 2232 680111
FAX: +49 (0) 2232 680112
@Office: +49 (0) 2232 5675777
Mobil: +49 (0) 151 52511698

Mail: info@educationconsult.de
Web: www.educationconsult.de



Danke
Ich freue mich auf die
Diskussion

Hauptquellen:

MBA Guide 2011

SWOP MBA-Studie 2010

Bernd Helmig 2010

The MBA Tour 2008

QS Top MBA 2009

Uwe Wilkesmann 2005