

Hochschule Niederrhein launcht Online-Studienberatung für drei weitere Fachbereiche

CYQUEST erweitert webbasiertes Studieninformationssystem der Hochschule Niederrhein zur Erhöhung der Studienwahlsicherheit um fünf weitere „HN-Navigatoren“

Hamburg, 13.12.2010: Im vergangenen Jahr hat der Recruitment-Spezialist CYQUEST für die Hochschule Niederrhein in einer ersten Ausbaustufe ein Online-Studienorientierungsangebot mit Self-Assessments für die Fachbereiche Maschinenbau & Verfahrenstechnik und Sozialwesen entwickelt. Die zweite Ausbaustufe umfasst nun auch virtuelle Studienberatung für insg. fünf Bachelorstudiengänge der Fachbereiche Elektrotechnik & Informatik, Oecotrophologie und Wirtschaftswissenschaften, die kostenlos unter <http://www.hn-navigator.de> zur Verfügung stehen.

Zweite Ausbauphase der „HN-Navigatoren“ abgeschlossen

Vor genau einem Jahr – am 01.12.2009 - hat die Hochschule Niederrhein bereits für zwei ihrer zehn Fachbereiche Online-Studienorientierungsmodule veröffentlicht. Die sogenannten „HN-Navigatoren“ sind internetgestützte Studieninformations- und Beratungsinstrumente, die in der ersten Ausbaustufe die Studieninhalte, den Studienaufbau und die Studienanforderungen der folgenden fünf Bachelorstudiengänge abbildeten:

- Maschinenbau
- Verfahrenstechnik
- Mechatronik
- Soziale Arbeit
- Kulturpädagogik

Mit dem heutigen Tag stehen Studieninteressierten nun auch Online-Studienorientierungen für folgende ingenieur-, wirtschafts- bzw. ernährungswissenschaftliche Studiengänge zur Verfügung:

- Elektrotechnik
- Informatik
- Business Administration
- Information Systems
- Oecotrophologie

Die „HN-Navigatoren“ bieten Studieninteressierten die Möglichkeit, sich im Vorfeld einer etwaigen Bewerbung intensiv mit den Inhalten und Anforderungen ihres Wunschstudiums auseinanderzusetzen, um so eine fundiertere und sicherere Studienwahlentscheidung treffen zu können.

Die „HN-Navigatoren“ richten sich in erster Linie an Schülerinnen und Schüler in der Berufs-/ Studienorientierungsphase und sind zielgruppenorientiert aufbereitet: Neben textlichen Inhalten bestehen die virtuellen Studienorientierungen vor allem durch multimediale und spielerische Elemente. Videointerviews mit Absolventen und Studierenden, interaktive, rückmeldende Aufgaben („Self-Assessment“), Fotos und animierte Darstellungen wie Modultableaus und Beispielstundenpläne geben den Usern authentische Einblicke in das Studium und das Studierendenleben an der Hochschule Niederrhein. Dabei stellen die „HN-Navigatoren“ eine Ergänzung zum vorhandenen Informationsangebot der Hochschulwebsite dar und sind optisch vor dem Hintergrund einer Corporate Identity am Corporate Design der Hochschule orientiert. Im Zuge der Neugestaltung der Hochschul-Homepage kommen die „HN-Navigatoren“ nun ebenfalls im neuen „Gewand“ daher. Der neue Auftritt der „HN-Navigatoren“ überzeugt nicht nur durch eine noch nutzerfreundlichere Handhabung, sondern vor allem durch ein modernes, klares Design, das eine hohe Wiedererkennung zur Hochschulwebsite gewährleistet. Eine Zusatzfunktion wurde mit der Anbindung an Social Media eingerichtet, die den Bedürfnissen der jungen Zielgruppe Rechnung trägt, denn die „HN-Navigatoren“ können so über Facebook, StudiVZ und Co. Freunden empfohlen werden.

Verbesserter Studienerfolg und Profilschärfung der Hochschule

Zielsetzung der Navigatoren ist es, den Studienerfolg zu erhöhen, die Abbrecherquote zu senken und zudem das Profil der Hochschule Niederrhein – der derzeit fünftgrößten Hochschule für Angewandte

Wissenschaften in Deutschland – zu schärfen. Studien belegen, dass Eignungstests im Rahmen der Studierendenauswahl zwar grundsätzlich Hinweise auf die generelle Studierfähigkeit geben, jedoch nicht als Indikator des Studienerfolgs gelten können. Dieser hängt vielmehr von den auf Seiten der potenziellen Studienbewerber vorhandenen Kenntnissen über Studieninhalte, die Gegebenheiten des Hochschulorts, kulturellen Aspekten oder Fragen der Studienfinanzierung ab.

Die bisherigen quantitativen wie qualitativen Rückmeldungen zu den „HN-Navigatoren“ belegen diese Ergebnisse: Im vergangenen Jahr haben insgesamt mehr als 37.000 Besucher das bisher bestehende Studienorientierungsangebot der Fachbereiche Maschinenbau und Sozialwesen genutzt. Voraussichtlich Anfang des kommenden Jahres werden zwei weitere Online Self-Assessments für die Bachelorstudiengänge Taxation & Auditing sowie Catering & Tourismus veröffentlicht. Ein sukzessiver hochschulweiter Ausbau des Online-Studienorientierungsangebots ist für die nächsten beiden Jahre geplant. Das Gesamtangebot wird dann ca. 20 Studiengänge umfassen.

Weitere Informationen und Bildmaterial:

CYQUEST GmbH

Joachim Diercks

Tel.: +49 040 85.407.130

E-Mail: j.diercks@cyquest.net

www.cyquest.net, www.recrutainment.de, www.eassessment.de, www.cyquest.de,
<http://blog.recrutainment.de>, <http://www.facebook.com/CYQUEST> und <http://twitter.com/recrutainment>.

Über CYQUEST – The Recrutainment Company

Unter dem Oberbegriff Recrutainment werden die Bereiche eAssessment, SelfAssessment, Online-Employer Branding und eRecruiting zusammen gefasst, wenn diese in einen unterhaltsamen bzw. spielerisch-simulativen Kontext eingebunden sind. Das Leistungsspektrum umfasst folgende Bereiche:

- Webbasierte eAssessment Anwendungen zur qualifizierten Beurteilung und (Vor-)auswahl neuer oder bestehender Mitarbeiter. Dabei kommen Instrumente aus Eignungsdiagnostik, Assessment Center Forschung sowie qualitativer Marktforschung zum Einsatz.
- Berufs- / Studienorientierungsformate und SelfAssessment Lösungen, die dem User Rückmeldungen zu seiner individuellen Passung geben und so maßgeblich die Fähigkeit zur Selbstselektion stärken.
- Ferner bietet CYQUEST Agenturdienstleistungen in den Bereichen Employer Branding und Online-Marketing an (u.a. Keyword-Advertising, Affiliate-Marketing, E-Mail Marketing, Social-Media, Mobile etc.).

Zu den CYQUEST Kunden gehören zahlreiche namhafte Unternehmen und Bildungseinrichtungen, wie z.B. Bacardi, Beiersdorf, Bertelsmann, Biesterfeld, Commerzbank, DAK, Demag Cranes, Deutsche Bahn, Fernfachhochschule Schweiz, Freie und Hansestadt Hamburg, Gruner + Jahr, Hamburg Media School, Haniel, Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg, Hochschule Niederrhein, Karstadt, Lufthansa, LUNAR (Edeka), Media-Saturn, PriceWaterhouseCoopers, Targobank, Tchibo, Unilever und die Universität Göttingen.