

Akkreditierungsbericht

Akkreditierungsverfahren an der

Technischen Hochschule Mittelhessen

„Social Media Systems“ (B.Sc. – vormals „Social – Media – Management“)

I Ablauf des Akkreditierungsverfahrens

Vertragsschluss am: 24. November 2015

Eingang der Selbstdokumentation: 15. Februar 2016

Datum der Vor-Ort-Begehung: 6./7. April 2016

Fachausschuss: Geistes-, Sprach- und Kulturwissenschaften

Begleitung durch die Geschäftsstelle von ACQUIN: Dr. Alexander Rudolph

Beschlussfassung der Akkreditierungskommission am: 27. Juni 2016, 3. Juli 2017

Mitglieder der Gutachtergruppe:

- **Ben Ellermann**, 1. Vorsitzender des Bundesverbandes Community Management e.V. für digitale Kommunikation & Social Media, Stellvertretender Leiter buw Digital GmbH
- **Lea-Johanna Klebba**, Studentin des Studiengangs „Kommunikationsforschung: Politik & Gesellschaft“ (M.A.) an der Universität Erfurt
- **Prof. Dr. Klaus Meier**, Katholische Universität Eichstätt-Ingolstadt, Sprach- und Literaturwissenschaftliche Fakultät, Professur für Journalistik
- **Prof. Dr.-Ing. Thorsten Riemke-Gurzki**, Hochschule der Medien Stuttgart, Fakultät Information und Kommunikation, Professur für Webtechnologien, Director Global Institute for Digital Transformation
- **Prof. Dr. Konrad Scherfer**, Technische Hochschule Köln, Institut für Informationswissenschaft, Professur für Medienwissenschaft

Bewertungsgrundlage der Gutachtergruppe sind die Selbstdokumentation der Hochschule sowie die intensiven Gespräche mit Programmverantwortlichen und Lehrenden, Studierenden und Absolventen sowie Vertretern der Hochschulleitung während der Begehung vor Ort.

Als **Prüfungsgrundlage** dienen die „Kriterien des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen“ in der zum Zeitpunkt des Vertragsschlusses gültigen Fassung.

Im vorliegenden Bericht sind Frauen und Männer mit allen Funktionsbezeichnungen in gleicher Weise gemeint und die männliche und weibliche Schreibweise daher nicht nebeneinander aufgeführt. Personenbezogene Aussagen, Amts-, Status-, Funktions- und Berufsbezeichnungen gelten gleichermaßen für Frauen und Männer. Eine sprachliche Differenzierung wird aus Gründen der besseren Lesbarkeit nicht vorgenommen.

Inhaltsverzeichnis

I	Ablauf des Akkreditierungsverfahrens.....	1
II	Ausgangslage	4
1	Kurzportrait der Hochschule.....	4
2	Einbettung des Studiengangs.....	4
III	Darstellung und Bewertung	5
1	Ziele.....	5
1.1	Gesamtstrategie der Hochschule und des Fachbereichs	5
1.2	Qualifikationsziele des Studiengangs.....	6
1.3	Fazit.....	9
2	Konzept.....	9
2.1	Zugangsvoraussetzungen.....	10
2.2	Studiengangsaufbau	10
2.3	Modularisierung und Arbeitsbelastung.....	13
2.4	Lernkontext	15
2.5	Fazit.....	16
3	Implementierung	16
3.1	Ressourcen	16
3.2	Entscheidungsprozesse, Organisation und Kooperation.....	17
3.3	Prüfungssystem.....	18
3.4	Transparenz und Dokumentation	19
3.5	Geschlechtergerechtigkeit und Chancengleichheit	20
3.6	Fazit.....	22
4	Qualitätsmanagement.....	22
4.1	Organisation und Mechanismen der Qualitätssicherung	22
4.2	Umgang mit den Ergebnissen der Qualitätssicherung	23
4.3	Fazit.....	24
5	Resümee	24
6	Bewertung der „Kriterien des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen“ vom 08.12.2009	25
7	Akkreditierungsempfehlung der Gutachtergruppe.....	25
7.1	Auflagen.....	25
IV	Beschluss/Beschlüsse der Akkreditierungskommission von ACQUIN.....	27
1	Akkreditierungsbeschluss	27
2	Feststellung der Aufлагenerfüllung	29

II Ausgangslage

1 **Kurzportrait der Hochschule**

Die Technische Fachhochschule Mittelhessen (THM) verteilt sich auf Standorte in Friedberg, Gießen und Wetzlar; zusätzlich bestehen Außenstellen in Bad Hersfeld, Bad Wildungen, Bad Vilbel, Biedenkopf und Frankenberg. Obwohl erst 1971 (als „Fachhochschule Gießen“ bzw. von 1978 bis 2010 „Fachhochschule Gießen-Friedberg“) „neu“ gegründet, lässt sich ihre Geschichte bis ins Jahr 1838 zurückverfolgen. Mit inzwischen etwa 16.000 Studierenden ist sie derzeit die größte von fünf staatlichen Fachhochschulen in Hessen sowie nach den Fachhochschulen in Köln, München und Hamburg die viertgrößte Fachhochschule in der Bundesrepublik Deutschland.

Insgesamt werden momentan ca. 600 Mitarbeiter beschäftigt, wovon ungefähr 200 der Professorenschaft angehören. Im Jahr 2014 waren ca. 20 % der Mitarbeiter im akademischen Mittelbau beschäftigt. Die 13 Fachbereiche der THM verteilen sich bis auf einen (Duales Hochschulstudium „StudiumPlus“) auf die Standorte Gießen und Friedberg. Das Studienangebot der THM erstreckt sich auf den technisch-naturwissenschaftlichen sowie betriebswirtschaftlichen Bereich, wobei sich ein Schwerpunkt traditionell durch den ingenieurwissenschaftlichen Bereich ergibt; außerdem ist die THM besonders engagiert im Bereich dualer Ausbildungsmodelle. Das gesamte Haushaltsvolumen betrug im Jahr 2014 ca. 90,5 Mio. Euro (inkl. QSL- und HSP 2020-Mittel). Die THM hat das Audit „Familiengerechte Hochschule“ erfolgreich durchlaufen.

2 **Einbettung des Studiengangs**

Der Studiengang „Social Media Systems“ (zuvor: „Social – Media – Management“) (B.Sc.) ist am Fachbereich 06 *Mathematik, Naturwissenschaften und Informatik* (MNI) am Campus Gießen angesiedelt. Der Bachelorstudiengang ist mit 180 ECTS-Punkten versehen und weist eine Regelstudienzeit von sechs Semestern auf. Es werden keine Studiengebühren erhoben. Geplant ist, den Studiengang zum Wintersemester 2016/17 einzuführen; erwartet werden dabei Anfängerzahlen von 60 bis 80 Studierenden pro Jahr. Ein Studienbeginn soll sowohl im Winter- als auch im Sommersemester möglich sein.

Am Fachbereich MNI werden zusätzlich folgende Studienprogramme angeboten: „Informatik“ (B.Sc./M.Sc.), „Ingenieur-Informatik“ (B.Sc.), „Bioinformatik“ (B.Sc./M.Sc.) sowie „Technische Redaktion und Multimediale Dokumentation“ (M.A.). Daneben existieren in Zusammenarbeit mit dem Friedberger Fachbereich *Mathematik, Naturwissenschaften und Datenverarbeitung* (MND) Studienprogramme in der Wirtschaftsinformatik sowie in Kooperation mit dem Friedberger Fachbereich *Informationstechnik, Elektrotechnik und Mechatronik* (IEM) Programme im Bereich Medieninformatik.

III Darstellung und Bewertung

1 Ziele

1.1 Gesamtstrategie der Hochschule und des Fachbereichs

Die THM versteht sich, was Studiengänge im technisch-naturwissenschaftlichen sowie betriebswirtschaftlichen Bereich anbetrifft, als „Vollanbieter“ in der Region Mittelhessen, wobei viele Studienprogramme auch überregionale Bedeutung aufweisen. Dies wird auch im aktuellen Leitbild der Hochschule deutlich: „Die Hochschule hat ihre Wurzeln in der Mitte Hessens und handelt in einem zunehmend überregionalen und internationalen Umfeld.“ Neben dem traditionellen ingenieurwissenschaftlichen Schwerpunkt ergibt sich eine weitere Profilierung durch das *Wissenschaftliche Zentrum Duales Hochschulstudium (ZDH)*, das sich als eigener Fachbereich auf Angebote im Feld Dualer Studiengänge und Weiterbildung spezialisiert hat.

Mit ca. 2000 Studierenden und 120 Mitarbeitern (davon ca. 40 Professoren) ist der Fachbereich MNI der größte der 13 Fachbereiche der THM und trägt damit maßgeblich zur ingenieurwissenschaftlichen Profilbildung bei, wobei die Informatik einen großen Anteil daran hat. Der Fachbereich hat frühzeitig angewandte Informatik-Studiengänge entwickelt (wie z.B. „Medizinische Informatik“, „Bioinformatik“ oder „Wirtschaftsinformatik“). Zudem wird der Masterstudiengang „Technische Redaktion und Multimediale Dokumentation“ (TRMD) angeboten. Insgesamt hat der Fachbereich damit Anknüpfungspunkte für alle drei Wissenschaftsgebiete, die in dem neuen Studiengang interdisziplinär verknüpft werden sollen: Große Kompetenzen sind sicherlich in den Bereichen „Web-Technologien“ (als Teilgebiet der Informatik) und „IT orientierte Betriebswirtschaft“ (als Teilgebiet der Wirtschaftsinformatik und der BWL) vorhanden; im Bereich „Medien und Kommunikation“ existieren bereits Professuren mit dem Profil „Technische Redaktion“.

Gerade dieser letztgenannte Bereich müsste allerdings nachhaltig in Richtung aktuelle Kommunikation kommunikations- und medienwissenschaftlich ausgebaut werden, was die Hochschule jedoch glaubwürdig plant: So befindet sich derzeit bereits eine Professur für „Social Media Management“ im Berufungsverfahren und im Rahmen der Vor-Ort-Begehung kündigte der Hochschulpräsident an, dass daneben mindestens noch zusätzlich eine weitere Professur geschaffen werden soll – wahrscheinlich ist sogar „in jedem Jahr“ der Aufbauphase mit einer neuen Professur im Bereich „eMedia“ zu rechnen. Insgesamt ergänzt der neu konzipierte Bachelorstudiengang sinnvoll das bereits bestehende Angebot (bzw. die Kooperationen) im Fachbereich MNI, für den damit die Möglichkeit geschaffen wird, die angewandten Informatik-Studiengänge noch weiter in Richtung anderer Disziplinen zu erweitern (insbesondere die Bereiche „Content“ sowie Kommunikations- und Medienwissenschaft).

Die strategischen Vorgaben des Ministeriums (Hochschulpakt HSP 2020) sehen ein Wachstum der THM vor und die Hochschulleitung will den neuen Studiengang in diese Wachstumsbemühungen integrieren. Vor diesem Hintergrund scheint die Finanzierung der Erweiterung und Entwicklung gesichert.

Bei der Entwicklung des Studiengangs wurden keine expliziten empirischen Studien zum Berufsfeld durchgeführt. Die Studiengangsverantwortlichen haben persönliche Kontakte genutzt und nach eigenen Angaben dabei festgestellt, dass die interdisziplinäre Verknüpfung der drei genannten Wissenschaftsbereiche auf hohes Interesse bei Unternehmen stößt. Für die Gutachter ist diese Feststellung nachvollziehbar. Die Frage ist allerdings, wie gerade ein neuartiges Studiengangangebot am besten benannt und kommuniziert werden kann, damit bei Schülerinnen und Schülern genauso wie bei den abnehmenden Unternehmen keine Missverständnisse zu den vermittelten Kompetenzen entstehen.

1.2 Qualifikationsziele des Studiengangs

Als grundsätzliches Studienziel definiert der Studiengang die Vermittlung einer soliden wissenschaftlichen Grundlage im Bereich „Social – Media – Management“, insbesondere im Hinblick auf leitende Tätigkeiten in den Bereichen „eBusiness“, „eMedia“ und „webIT“.

Der Studiengang verfügt über detailliert erörterte und adäquate Qualifikationsziele, die in den schlüssigen Kategorien Fach-, Methoden-, Sozial- und Personalkompetenzen dargelegt werden und sowohl in der fachspezifischen Prüfungsordnung als auch im Diploma Supplement niedergelegt sind. Als interdisziplinärer Studiengang werden die Fachkompetenzen anhand der drei (im späteren Verlauf des Studiengangs zum Tragen kommenden) Vertiefungsrichtungen „eBusiness“, „eMedia“ und „webIT“ transparent dargelegt. Der interdisziplinäre Mehrwert besteht darin, dass die Absolventen im Studiengang auf der einen Seite Fachkompetenzen aller drei Bereiche erwerben, sich auf der anderen Seite aber auch gleichzeitig in einem der drei angegebenen relevanten Bereiche vertiefen können. Zusammengefasst befähigt das zu einem integrierten Umgang mit Informationen entlang der Wertschöpfungskette der Organisation von Inhalten (Prozesse und Organisationsformen), der Erzeugung von Inhalten (mediengerechte Erzeugung im internen und externen Einsatz von Unternehmen) und der technischen Abbildbarkeit der Inhalte. Der Terminus „Unternehmen“ scheint jedoch unglücklich gewählt, da er z. B. Verbände außen vor lässt. Hier scheint „Organisationen“ als Begriff angebrachter zu sein.

Das Kompetenzprofil wird im Akkreditierungsantrag in seiner Gänze durch zwei Diagramme visualisiert (vgl. S. 8f.): In der einen Darstellung wird entlang der Achsen „Informatik“, „Mathematik“, „BWL“ und „Geistes/Sozialwissenschaft“ der klare interdisziplinäre Charakter dargelegt, wobei allerdings ein auffälliger Fokus auf das Feld „Informatik“ erkennbar wird. In einer weiteren Darstellung wird anhand der Achsen „Geistes- und Sozialwissenschaften“, „Mathematik“, „Informatik“, „Naturwissenschaften“, „Ingenieurwesen“ und „BWL“ das spezifische interdisziplinäre Profil

des Studiengangs im unmittelbaren Vergleich zum „klassischen“ Studiengang „Informatik“ (B.Sc.) aufgezeigt, welches sich dementsprechend durch die starke Betonung der Felder „BWL“, „Geistes- und Sozialwissenschaften“ und „Informatik“ auszeichnet. Die sichtbare Betonung des Informatik-Bereichs spiegelt sich nicht nur deutlich im Konzept des Curriculums wider, sondern gleichsam auch in der Definition der Zielgruppe, die in (informations-)technisch interessierten Menschen gesehen wird, die eine formale Befähigung zum Hochschulstudium aufweisen können.

In der Definition der Zielgruppe des Akkreditierungsantrags heißt es ferner: „Durch die Reduktion des ingenieurwissenschaftlichen Bereichs und die Kombination auch mit anderen inhaltlichen (und damit auch Persönlichkeits-) Bereichen wollen wir auch Zielgruppen ansprechen, die bislang dem ingenieurwissenschaftlichen Bereich eher skeptisch gegenüberstehen – insbesondere auch Frauen.“ (S. 10).

Die Beschreibungen der Zielgruppen offenbaren allerdings eine gravierende Diskrepanz zwischen dem Titel des Studiengangs „Social – Media – Management“ und der detaillierten inhaltlichen Ausrichtung. Zur Erläuterung sei an dieser Stelle ein Auszug der etablierten Definition des Berufsbilds „Social Media Manager“ aus dem Stellenprofil „Social Media Manager“ des Bundesverbands Community Management e.V. für digitale Kommunikation und Social Media (BVCM) gegeben:

„Die Position des Social Media Managers (w/m) spielt eine zentrale Rolle für das Social Media Engagement des Unternehmens bzw. der Organisation. Er ist der zentrale Social Media Akteur, der strategisch neue Wege der Kommunikation für das Unternehmen eröffnet, sämtliche Aktivitäten in den sozialen Medien koordiniert und durch aktives Change Management zu einer digitalen Kultur beiträgt.

Der Fokus des Social Media Managers liegt darauf, einen übergeordneten, strategischen Rahmen für das Social Media Engagement der Organisation zu schaffen und diesen kontinuierlich weiterzuentwickeln. Der Social Media Manager ist Dreh- und Angelpunkt des Social Media Engagements. Er bildet die Schnittstelle in alle beteiligten Bereiche, plant, koordiniert, begleitet und überprüft sämtliche Maßnahmen, die im Rahmen der Social Media Strategie notwendig sind.“

In dieser Definition spielt jener Fokus auf die Informatik keine Rolle, die der Studiengang mit seiner fachkompetenten Ausrichtung ausdrücklich betont. Dadurch entsteht der Eindruck, dass fachfremde Zielgruppen, die „dem ingenieurwissenschaftlichen Bereich eher skeptisch gegenüberstehen – insbesondere auch Frauen“ durch eine dezente Verschleierung des Profils des Studiengangs geradezu angelockt werden sollen. Die Gutachtergruppe ist daher einstimmig und nachhaltig der Überzeugung, dass der Titel des Studiengangs dadurch vor dem Hintergrund der Transparenz in seiner bisherigen Form als inadäquat zu bezeichnen ist und entsprechend optimiert werden muss.

Aufgrund der Tatsache, dass der Begriff „Social Media“ derzeit einen starken „Hype“ erlebt, der großräumigen inhaltlichen Interpretationsspielraum bietet, ist – dies wird seitens der Programmverantwortlichen konstatiert – von einer entsprechend hohen Nachfrage an Studieninteressierten auszugehen. Daraus folgt ebenso aus Sicht der quantitativen Zielsetzung des Studiengangs (es wird mit 30 bis 40 Studierenden allein im ersten Semester (Wintersemester 2016/17) gerechnet) die unbedingte Notwendigkeit einer Anpassung des Titels des Studiengangs, um damit keine falsche Erwartungshaltung zu erzeugen und demzufolge eine signifikant hohe Abbrecherquote zu riskieren.

In diesem Zusammenhang ist das Profil des Studiengangs dahingehend zu schärfen, dass in den einzelnen Vertiefungsrichtungen die Anteile an Social Media- bzw. Social Media Management-Elementen deutlich implementiert werden: Insbesondere Aspekte wie etwa Social Software, Intranet, Social Media Monitoring, Marketing Intelligence, Publishing and Engagement Tools sollten dabei Berücksichtigung finden.

Die Persönlichkeitsentwicklung der Studierenden profitiert von der Vermittlung von Schlüsselqualifikationen durch mehrere Praxisprojekte in den unterschiedlichen Studienphasen. Besonders hervorzuheben ist ein umfassendes Integrationsprojekt, welches das interdisziplinäre Zusammenwirken der drei Vertiefungsrichtungen bereits im zweiten Semester zum Gegenstand hat. Ein dem strukturellen Prinzip nach ähnliches Integrationsprojekt ist ebenfalls obligatorischer Bestandteil der jeweils gewählten Vertiefungsrichtung. Im sechsten und letzten Semester absolvieren die Studierenden vor dem Verfassen der Bachelor-Thesis eine weitere Projektphase.

Da sich die in Verbindung mit „Social Media“ und der „Digitalen Kommunikation“ stehenden Berufsbilder gerade erst finden, erscheint die von der THM durchgeführte Bestimmung der Berufsbilder stimmig und angemessen. Anhand der drei Vertiefungsrichtungen werden beispielsweise im Akkreditierungsantrag exemplarisch Anforderungsprofile von derzeit auf dem Arbeitsmarkt ausgeschriebenen Stellengesuchen erläutert. Es ist daher von einer ausreichend vorhandenen, äußerst wahrscheinlich aber sogar steigenden Nachfrage nach den Absolventen dieses Studiengangs auszugehen.

Unabhängig vom Fachbereich MNI existiert an der THM ein Sprachenzentrum, dessen Einbeziehung in den Studiengang jedoch nicht konkret implementiert ist; für andere Studiengänge (z. B. Bachelorstudiengänge „Informatik“, „BWL“, „Maschinenbau“, „Elektrotechnik“ usw.) existieren dagegen spezifische Angebote. Die Möglichkeiten zum (fachspezifischen) Erwerb von Fremdsprachenkompetenzen erscheinen daher optimierbar.

Der Studiengang ist mit seiner Ausrichtung und Zielsetzung gut in die Gesamtstrategie der Hochschule eingebunden und passt zum Leitbild der Hochschule; zugleich ergänzt er sinnvoll das bestehende Studienangebot des Fachbereichs. Die rechtlich verbindlichen Verordnungen bei der Entwicklung des Studiengangs wurden berücksichtigt. Der Studiengang berücksichtigt die „Länder-

gemeinsamen Strukturvorgaben“ und die „Landesspezifischen Strukturvorgaben“ der Kultusministerkonferenz sowie die Vorgaben des Hessischen Hochschulgesetzes. Auch die Vorgaben des „Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse“ werden erfüllt. Der Studiengang verbindet fachliche und überfachliche Qualifikationen zu einer Gesamtqualifikation, die den Intentionen des Qualifikationsrahmens entspricht.

1.3 Fazit

Der zum Wintersemester 2016/17 geplante Studiengang „Social – Media – Management“ besitzt, auch in seinen drei Vertiefungsrichtungen, eine erkennbare Zielstellung, die sich sowohl an den Bedürfnissen des Arbeitsmarktes als auch an den am Fachbereich vorhandenen (bzw. im Bereich „eMedia“ noch weiter auszubauenden) Kompetenzen orientiert und schlüssig in das Konzept des Fachbereichs als auch der hochschulweiten Strategie integriert. Die Ziele werden in der fachspezifischen Prüfungsordnung und dem Diploma Supplement ausreichend dargelegt. Allerdings ist aufgrund der Offenheit des sich derzeit noch formenden Begriffsfeldes *Social Media Management* im Sinne der Transparenz die Titulierung des Studienprogramms zwingend zu überarbeiten.

2 Konzept

Das Konzept des Studiengangs „Social – Media – Management“ (in exakt dieser Schreibweise mit entsprechenden Leerschlägen wird der Studiengang offiziell titulierte) gründet sich auf der für den Fachbereich neuartigen Kombination dreier Lehraspekte fachlicher, struktureller und didaktischer Ausrichtung.

Der fachliche Ansatz bezieht sich auf die besondere Interdisziplinarität des Studiengangs hinsichtlich der drei Lehrbereiche „eBusiness“, „eMedia“ und „webIT“. Der strukturelle Ansatz kennzeichnet sich durch eine zweisemestrige Orientierungsphase, in der die oben genannten Lehrbereiche als verpflichtende Grundlagenmodule gelehrt werden. An diese Orientierungsphase schließt eine frei zu gestaltende Vertiefungsphase an. In dieser Phase entscheiden sich die Studierenden für eine der drei Vertiefungsrichtungen und können zudem Module aus den anderen beiden Lehrbereichen belegen. In dem neu angelegten didaktischen Konzept des Studiengangs sollen darüber hinaus integrierte, projektartige Lernstrukturen mit medialen Lernformen kombiniert werden, die insbesondere im Rahmen von zwei semesterübergreifenden Integrationsprojekten Anwendung finden.

Hauptziele der konzeptionellen Ausgestaltung des Studiengangs sind zum einen, die Begeisterung der Studierenden für den Studiengang zu erhöhen, zum anderen, eine möglichst breit angelegte und sich aus verschiedenen Richtungen nähernde Perspektivengrundlage des Arbeitsumfeldes der Social Media zu schaffen. Eine intensive Betreuung neuer Studierender soll durch ein gezieltes Mentoring erfahrener Studierender (Tutorien) und Mentoren (Professoren) sichergestellt werden,

die unter anderem auch verpflichtende Gespräche mit den Studierenden bereits nach dem ersten Semester vorsehen.

Hinsichtlich der anzustrebenden Berufsbilder der Absolventen sollen mit dem Studiengangskonzept neben den fachlichen Qualifikationen auch ausgeprägte Aktivitäts- und Handlungskompetenzen sowie Methodenkompetenz, Sozialkompetenz und personelle Kompetenzen im Studienverlauf vermittelt werden. Der Einsatz sozialer Medien zur Kommunikation, Dokumentation und Reflexion soll im Hinblick auf den Umgang mit sozialen Medien und die Kommunikation mit anderen besonders gefördert werden.

Das Konzept des Studiengangs erscheint in seinem Aufbau und der dahinterstehenden Konzeptionsintention daher insgesamt grundsätzlich schlüssig.

2.1 Zugangsvoraussetzungen

Als Zugangsvoraussetzung für den Studiengang gilt die formale Hochschulzugangsberechtigung. Von einem Numerus Clausus zur Beschränkung der Studierendenanzahl möchte die Hochschule insbesondere in der Pilotphase des Studiengangs absehen. Mithilfe des geplanten intensiven Mentorings bereits während des ersten Studienjahres soll den Studierenden jedoch zeitnah ein Eindruck über die Studierfähigkeit vermittelt werden. Vor Beginn des Studiums besteht für Studierende die Möglichkeit, Vorkurse im Bereich der Informatik und Mathematik zu besuchen, die seitens der Hochschule angeboten werden. Fremdsprachige Studierende können Sprachkurse besuchen. Zudem ist an der Hochschule ein sogenanntes „Buddy Programm“ eingerichtet, welches ausländischen Studierenden auf freiwilliger Basis einen Partnerstudenten zur Seite stellt. Anerkennungen für an anderen Hochschulen erbrachte Leistungen sind gemäß den Vorgaben der Lissabon Konvention in der allgemeinen Prüfungsordnung verankert.

Die Zugangsvoraussetzungen sind grundsätzlich für den Studiengang angemessen und entsprechen der Ansprache der gewünschten Zielgruppe. Zu beachten wäre allerdings, dass der Studiengang insbesondere durch seinen Titel und dem Vertiefungsbereich „eMedia“ ein besonders nachgefragtes und daher attraktives Feld anspricht und die Zahl der Studienanfänger aufgrund dessen sehr hoch ausfallen wird. Deswegen ist über einen entsprechenden Umgang mit den daraus resultierenden Konsequenzen nachzudenken.

2.2 Studiengangsaufbau

Der sechssemestrige Studienverlauf gliedert sich in drei Phasen: Orientierungsphase (1. und 2. Semester), Vertiefungsphase (3., 4. und 5. Semester) und Abschlussphase (6. Semester).

Im Rahmen der zweisemestrigen Orientierungsphase sollen den Studierenden wesentliche Grundkenntnisse aus allen drei im Anschluss wählbaren Vertiefungsrichtungen „eBusiness“, „eMedia“ und „webIT“ vermittelt werden. Im überfachlichen Pflichtbereich der Orientierungsphase, der mit

dem Modul „Diskrete Mathematik“ ausgefüllt wird, soll den Studierenden ein besonderer Zugang zu logischen Aspekten der Programmierung und Entwicklung eröffnet werden, um ihnen die Bedeutung der diskreten Mathematik für die Informatik mit konkreten Beispielen zu veranschaulichen (es ist zugleich ein Pflichtmodul in den Bachelor-Studiengängen „Informatik“, „Ingenieur-Informatik“ und „Bioinformatik“). Das Integrationsprojekt der Orientierungsphase sieht vor, die Kenntnisse aus den Einführungsveranstaltungen unter Vermittlung der Grundlagen und Anwendungen des Projektmanagements in einem gemeinsamen Projekt fachlich zusammenzuführen.

Im Rahmen der anschließenden Vertiefungsphase können die Studierenden Module aus drei verschiedenen Bereichen (sogenannten „Pools“) auswählen: Im „Vertiefungspool“ müssen sich die Studierenden vor Beginn des 3. Semesters für eine von drei möglichen Vertiefungsrichtungen („e-Business“, „eMedia“ oder „webIT“) entscheiden. Mithilfe der gewählten Vertiefungen sollen die Studierenden konkrete Berufsbezüge sowie die fachlichen Voraussetzungen für sich jeweils anschließende konsekutive Masterstudiengänge der THM erwerben. Innerhalb der Vertiefungsphase sind im jeweiligen Vertiefungspool „eBusiness“, „eMedia“ und „webIT“ vier Module der Vertiefungsrichtung, ein Vertiefungsseminar und das Integrationsprojekt der Vertiefungsphase verpflichtend zu belegen.

Zweitens sind von den Studierenden im „Freien Wahlpflichtpool“ Module zu wählen, die entweder dem freien Wahlpflichtpool selbst oder aber auch den nicht gewählten Pflichtbereichen entstammen. Drittens sind Module aus dem „Überfachlichen Wahlpflichtpool“ zu belegen, der sich zum einen aus fachfremden Modulen zusammensetzt, aber auch die Anerkennung von Tutorenleistungen, sozialem Engagement und Auslandsaufenthalten beinhaltet. In Absprache mit der Studiengangsleitung ist es in den beiden Wahlpflichtbereichen aber möglich, auch andere Module, die dem Erreichen des Studienziels dienen, einzubringen und anerkennen zu lassen.

Laut Aussage der Hochschule eignen sich insbesondere durch den Verzicht auf Prüfungsveranstaltungen und die curriculare Anerkennung von Fremdsprachenveranstaltungen die letzten Semester der Vertiefungsphase als Mobilitätsfenster für (freilich nicht verpflichtend vorgesehene) Auslandsaufenthalte. Auslandssemester können halbjährig im 5. Semester oder ganzjährig im 4. und 5. Semester eingelegt werden und müssen nicht studienzeitverlängernd sein. Zudem soll der hohe praktische Anteil der Vertiefungs- und Abschlussphase des Studiengangs (Praktika¹, Integrationsprojekt, Projektphase), der grundsätzlich in den wissenschaftlichen Instituten und Zentren des Fachbereiches oder auch in Kooperationen mit Wirtschaftsunternehmen umgesetzt werden kann, den direkten Bezug des Studiengangs zur anwendungsnahen Forschung und industriellen Praxis gewährleisten. An die Vertiefungsphase (3., 4., und 5. Semester) schließt sich im 6. Semester die Abschlussphase an, die eine Projektphase und die Bearbeitungszeit der Bachelor-Thesis beinhaltet.

¹ Hier ist anzumerken, dass „Praktika“ im vorliegenden Curriculum nicht als Praxiszeit in Unternehmen verstanden werden, sondern sogenannte „Laborzeiten“ darstellen, in denen den Studierenden praxisorientierte Anwendungen in einer Laborsituation vermittelt werden. Eine Praxiszeit in Unternehmen wird dagegen durch die „Projektphase“ im 6. Semester gewährleistet.

Im Rahmen der Projektphase sollen die Studierenden unternehmens- oder hochschulgebunden ihr Wissen in ein Praxisprojekt transferieren, dieses anschließend in der Bachelor-Thesis reflektieren und daraus neue Erkenntnisse gewinnen. Mit diesem Aufbau des Abschlussesemesters greift die Hochschule auf ein bestehendes Konzept zurück, dass sich in den anderen Bachelorstudiengängen im Fachbereich etabliert und bewährt hat.

In der Gesamtschau des Studiengangs ist eine deutliche Fokussierung der informationstechnischen Perspektive in allen drei Vertiefungsrichtungen zu erkennen. Die Ausgestaltung der Module insbesondere in den Vertiefungspools „eBusiness“ und „eMedia“ entspricht nicht komplett den im Antrag formulierten Qualifikationszielen des Studiengangs „Social – Media – Management“ hinsichtlich der sich anschließenden Berufsfeldperspektive eines Social-Media-Managers. Das Curriculum zeichnet sich im Besonderen durch eine technische Annäherung an die Bereiche des Praxisfeldes Social Media aus. Der Name des Studiengangs muss daher zwingend diesem inhaltlichen Profil angepasst werden. Bezüglich des Bereichs „eMedia“ empfiehlt die Gutachtergruppe in diesem Zusammenhang, dass die neuberufenen Professoren nachdrücklich für den Ausbau und die Weiterentwicklung der Module in diesem Feld Verantwortung übernehmen.

Davon abgesehen ist die Einordnung der Module in die jeweiligen Fachsemester allerdings überaus stimmig. Betrachtet man die Vertiefungsbereiche „eBusiness“ und „webIT“ von der technischen Perspektive, erschließt sich die Ausgestaltung der Grundlagenmodule und der aufbauenden Module der Vertiefungspools im Rahmen einer klar erkennbaren informationstechnischen Schwerpunktsetzung. Dennoch ist der Bezug zum Anwendungsfeld der Social Media in allen drei Vertiefungsrichtungen des Studiengangs nicht überall gleich gut umgesetzt, wodurch das Profil des Studiengangs das angestrebte Berufsbild eines Social-Media-Managers nicht ausreichend differenziert abbildet. Aus diesem Grund ist das Pflichtmodul „Diskrete Mathematik“ im überfachlichen Bereich der Orientierungsphase zur Gewährleistung der weiterführenden Studierbarkeit der einzelnen Vertiefungsrichtung des Studiengangs nicht erforderlich. Daran schließt sich an, dass das für den Bereich „eMedia“ (und damit für den Studiengang essentielle) Grundlagenmodul „Grundlagen und Anwendungen von Social Media“ in der Orientierungsphase – kaum nachvollziehbar – lediglich mit 9 ECTS-Punkten gewichtet wird, während die beiden „Schwester“-Module zu den Grundlagen „eBusiness“ und „webIT“ demgegenüber 15 ECTS-Punkte aufweisen.

Damit werden gleich zu Beginn des Studiengangs im Pflichtbereich unabdingbare Grundlagen und Grundkenntnisse der Social Media nicht ausreichend integriert. Hier ist eine Überarbeitung und ein Ausbau der Modul Inhalte hinsichtlich der Inhalte der Module des Vertiefungspools „eMedia“ dringend notwendig, die bereits in der grundlegenden Orientierungsphase als Pflichtgrundlagen vermittelt werden müssten: Insbesondere sollten Inhalte, die beispielsweise im Vertiefungsmodul SM2008 benannt sind, bereits verpflichtend im Grundlagenmodul SM 1000 enthalten sein: Eine derartige Änderung des Curriculums ist zwingend notwendig, damit eine gleichwertige und

obligatorische Verteilung von Grundlagenkompetenzen im Grundstudium sichergestellt wird. Vor diesem Hintergrund müssen daher alle drei Grundlagenmodule für die Felder „eBusiness“, „eMedia“ und „WebIT“ gleichermaßen mit 15 ECTS-Punkten versehen werden und das Modul „Diskrete Mathematik“ dafür in den Wahlpflichtbereich der Vertiefung verschoben werden.

Das entsprechend im Antrag ausgewiesene Mobilitätsfenster fügt sich mit der halb- oder einjährigen Option eines Auslandsaufenthalts durch flexiblere Wahlpflichtveranstaltungen der Vertiefungsphase sinnvoll in den Studienverlauf ein. Praktische Studieninhalte werden angemessen mit ECTS-Punkten versehen. Das Abschlusssemester des Studiengangs erhält seine sinnvolle Gestaltung insbesondere durch die praxisorientierte Konzeption der Projektphase in Unternehmen oder der Durchführung eines universitären Projektes in Kooperation mit dem zuständigen Fachbereich und der sich darauf aufbauenden Bearbeitung der Bachelorthesis. Insbesondere im Gespräch mit Studierenden ist diese Konzeption der Abschlussphase als sinnvoll und zielführend bestätigt worden. Ebenfalls ist die Studierbarkeit durch eine geeignete Studienplangestaltung sichergestellt und erfüllt somit die Anforderungen des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse.

2.3 Modularisierung und Arbeitsbelastung

Jedes Semester des vollständig modularisierten Studiengangs hat einen Umfang von 30 ECTS-Punkten. Somit besteht die Orientierungsphase (1. und 2. Semester) aus zu erreichenden 60 ECTS-Punkten, die Vertiefungsphase (3., 4. und 5. Semester) aus 90 ECTS-Punkten und die Abschlussphase (6. Semester) aus 30 ECTS-Punkten. Damit ergibt sich in Summe eine Anzahl von 180 ECTS-Punkten im Studiengang.

Die Grundlagenmodule der Orientierungsphase sind mit jeweils 15 ECTS-Punkten für die Vertiefungsrichtungen „eBusiness“ und „webIT“ und 9 ECTS-Punkten für „eMedia“ verhältnismäßig umfangreich anlegt. Vorgesehen sind weitere 6 ECTS-Punkte für das Modul im überfachlichen Bereich („Diskrete Mathematik“). Das Integrationsprojekt mit Inhalten aus allen drei Bereichen umfasst weitere 15 ECTS-Punkte, sodass summarisch 60 ECTS-Punkte erreicht werden. An dieser Stelle sei erneut auf die bereits oben beschriebene Ungleichverteilung der ECTS-Punkte der Grundlagenmodule verwiesen: Die Gutachtergruppe sieht aus den bereits dargelegten Gründen die dringende Notwendigkeit einer gleichmäßigen Gewichtung der Grundlagenmodule mit jeweils 15 ECTS-Punkten (und der damit verbundenen Verschiebung des Moduls „Diskrete Mathematik“).

Laut der Beschreibungen in der Selbstdokumentation (v.a. auch dem darin enthaltenen Flyer) unterteilen sich die insgesamt für die Vertiefungsphase vergebenen 90 ECTS-Punkte mit je 30 auf den Vertiefungspool, den freien Wahlpflichtpool und den überfachlichen Wahlpflichtpool. Demgegenüber zeigt sich jedoch im Modulhandbuch, welches zugleich Anlage zur fachspezifischen Prüfungsordnung ist, dass für den Vertiefungspool insgesamt 36 ECTS-Punkte anfallen (24 Punkte für insgesamt vier Module mit je 6 ECTS-Punkten sowie einem Vertiefungsseminar und einem

Integrationsprojekt mit jeweils 6 ECTS-Punkten) und für den freien Wahlpflichtpool und den überfachlichen Wahlpflichtpool jeweils insgesamt 27 Punkte erreicht werden müssen. Anzunehmen ist dabei, dass sich die Aussagen in Selbstdokumentation und Flyer auf ein früheres Planungsstadium des Studienprogramms beziehen und das Modulhandbuch den letztlich gültigen Stand abbildet. Jedenfalls sollte die korrekte Verteilung der ECTS-Punkte in der Vertiefungsphase klar und eindeutig nach außen kommuniziert werden.

Das Praxisprojekt der anschließenden Abschlussphase wird mit 15 ECTS-Punkten gewichtet und die Bachelorarbeit mit dem dazugehörigen Kolloquium ebenfalls mit 15 ECTS-Punkten. Da weder aus den Prüfungsordnungen noch aus der Modulbeschreibung hervorgeht, welche Anzahl an ECTS-Punkten dabei konkret jeweils für Bachelor-Thesis und Kolloquium vergeben wird, muss dies im Sinne der Transparenz eindeutig an entsprechender Stelle festgelegt werden.

In der Summe kommt die Abschlussphase aber auf die ebenfalls angesetzten 30 ECTS-Punkte. Kreditpunkte werden im Übrigen ausschließlich in Vielfachen von 3 vergeben (3, 6, 9, 12, 15).

Auch wenn im Modulhandbuch einheitlich mit 30 Arbeitsstunden pro Kreditpunkt gerechnet wird, geht weder aus der allgemeinen noch aus der fachspezifischen Prüfungsordnung des Studiengangs hervor, wie viele Arbeitsstunden dabei im vorgesehenen Richtrahmen von 25 bis 30 Stunden konkret einem Kreditpunkt zugrunde liegen (es wird in der allgemeinen Prüfungsordnung lediglich auf den möglichen Bereich verwiesen) und muss daher eindeutig festgelegt werden.

Die Pflichtveranstaltungen der Orientierungsphase werden im Semesterbetrieb angeboten, womit eine halbjährliche Wiederholung im Pflichtbereich gewährleistet ist. Die Veranstaltungen der Vertiefungsphase sind als Wahlpflichtpool organisiert und haben dementsprechend einen niedrigeren Verpflichtungsgrad. Abgeleitet aus Pflichtveranstaltungen anderer Studiengänge des Fachbereiches werden diese auch im Semesterbetrieb angeboten. In einem „Beschleunigten Verfahren“ können bisher noch nicht angebotene Wahlpflichtmodule, die aktuelle Themen aufgreifen und für die Studierende von Interesse sind, vom Fachbereich angeboten werden, ohne dass hierzu vorab eine Prüfungsordnungsänderung erfolgen muss. Diese Flexibilität ist insbesondere im noch nicht fachlich verankerten Bereich „eMedia“ sinnvoll und sollte von den neuen Professoren genutzt werden. In der Regel bestehen für das Modulangebot des Studiengangs keine Zugangsvoraussetzungen oder sind, wenn vorhanden, entsprechend der Prüfungsordnung zu entnehmen.

Der Umfang der Pflichtmodule der Orientierungsphase ist unter Voraussetzung des Ausbaus des Grundlagenmoduls „Grundlagen und Anwendungen von Social Media“, neubelegt mit 15 ECTS-Punkten, angemessen. Der Umfang der Module des Vertiefungspools, der Wahlpflichtmodule und Wahlmodule der Vertiefungsphase entspricht einem angemessenen Workload der Studierenden. Eine angemessene Relation zwischen Präsenz- und Selbstlernzeiten ist vor allem aufgrund der freier gestalteten Vertiefungsphase ausreichend gewährleistet. Die Voraussetzungen für die

Teilnahme an Modulen sind i. d. R. transparent im Modulhandbuch ausgewiesen. Eine Einschränkung findet sich jedoch für das Modul „Ruby on Rails“ (CS2320), wofür der Besitz eines eigenen Laptops als zwingende Teilnahmevoraussetzung formuliert ist. Diese Zugangsvoraussetzung sollte im Hinblick auf Chancengleichheit in Frage gestellt werden.

Abschließend kann festgehalten werden, dass durch die auf Plausibilität hin überprüfte Angabe der studentischen Arbeitsbelastung die Studierbarkeit des Studiengangs voll gewährleistet wird. Dieses Ergebnis ist darüber hinaus im Gespräch mit Studierenden anderer vergleichbarer Studiengängen des Fachbereiches bestätigt worden. Aufgrund der nachvollziehbaren zeitlichen Konzeption des Studienverlaufsplan besteht kein Zweifel, dass der Studiengang in der Regelstudienzeit studierbar ist.

2.4 Lernkontext

Die Hochschule differenziert innerhalb der Module zwischen den Lehrformen „Vorlesung“, „Seminar“, „Übung“ und „Praktikum“. Die Lehrmethode der Hochschule für den Studiengang kennzeichnet sich durch ein übergreifendes Konzept, in dem alle aufgeführten Inhalte praktisch und theoretisch vorgestellt, erläutert und angewandt werden. In allen Veranstaltungen sollen theoretische Grundlagen und praktische Anwendungen ineinandergreifen und, entgegen dem bisherigen deduktiv didaktischem Prinzip, induktiv Inhalte vermittelt werden. Insbesondere im Hinblick auf die praxisorientierten Qualifikationen der Berufsfelder im Bereich Social Media und die damit einhergehende Ausbildung berufsadäquater Handlungskompetenzen der Studierenden ist ein solcher induktiv konzipierter Lernansatz und dessen Umsetzung unabdingbar. Innovative Lehrformen und -methoden versucht die Hochschule mit der e-Learning-Plattform „Moodle“ zur Organisation und Kommunikation in Kursen, mit den Audience-Response-Systems (ARSnova) zur Kommunikation mit Studierenden in Lehrveranstaltungen, anhand Evaluationen mit Moodle für zeitnahes Feedback zu den Kursen sowie einem ePortfolio (Mahara) zur Dokumentation des Studienfortschritts der Studierenden umzusetzen. Fernstudienelemente sind nicht eingeplant. In der fachspezifischen Prüfungsordnung ist hinsichtlich von Lehrveranstaltungen in Fremdsprachen festgehalten, dass die Lehr- und Prüfungssprache Deutsch ist und im Modulhandbuch zusätzliche Prüfungssprachen erlaubt werden können. Hier müsste die Prüfungsordnung in §3 (6) noch entsprechend ergänzt werden, damit nicht nur eine andere Prüfungssprache, sondern auch eine andere Lehrsprache erlaubt werden kann.

Grundsätzlich lässt sich aufgrund der unterschiedlichen Kombinationen der vier curricularen Lehrformen und Lehrmethoden innerhalb der Module eine entsprechende Varianz und ein positiver Lernkontext des Studiengangs feststellen.

2.5 Fazit

Abschließend ist festzuhalten, dass die Qualifikationsziele der Module nur eingeschränkt zur Gesamtkompetenz der Studiengangsabsolventen im Bereich des Social-Media-Managements beitragen. Aufgrund der informationstechnischen Schwerpunktsetzung der Module in allen Vertiefungsrichtungen erhält der Studiengang eine technische Perspektive im Anwendungsfeld „Social Media“, die eher die Gesamtkompetenz eines Social-Media-Technikers ab- und ausbildet als die eines Managers. Das wird vor allem dahingehend deutlich, dass die meisten Veranstaltungen des Wahlpflichtpools aus Pflichtveranstaltungen anderer Studiengänge des Fachbereiches abgeleitet werden, hauptsächlich aus den Studiengängen der Informatik („Wirtschaftsinformatik“, „Informatik“, „Ingenieur-Informatik“) und eine konsekutive Weiterbildung an der THM insbesondere für die Vertiefungsrichtungen „eBusiness“ und „eMedia“ nur eingeschränkt mit starker informationstechnischer Perspektive möglich ist. Dahingehend ist an dieser Stelle noch einmal ausdrücklich zu diskutieren, inwieweit insbesondere der Name des Studiengangs hinsichtlich der Qualifikationsziele, aber auch hinsichtlich der Studiengangskonzeption und der Ausgestaltung der einzelnen Module nicht nur die weiterführende Berufsperspektive eines Social-Media-Managers verfehlt, sondern auch möglicherweise deutlich falsche Erwartungen seitens potentieller Studierender schafft.

3 Implementierung

3.1 Ressourcen

Der Antrag weist nach Abzug von Synergieeffekten durch einen gemeinsamen Wahlfachpool mit den Studiengängen „Informatik“, „Wirtschaftsinformatik“, „Medieninformatik“ und „Technische Redaktion und Multimediale Dokumentation“ (TRMD) einen Bedarf von rechnerisch sechs zusätzlichen Professuren aus. Dieser reduziert sich nach Planung im Antrag durch den Einsatz von Lehrkräften für besondere Aufgaben (LfbA) und Lehrbeauftragte auf drei Professuren. Aus den Unterlagen geht allerdings hervor, dass insgesamt absehbar nur zwei weitere Professuren eingerichtet werden, d. h. je nach fachlicher Ausrichtung in erheblichen Umfang auf sonstiges Personal und LfbA zurückgegriffen werden muss. Übergangsweise werden Kapazitäten aus den Wahlbereichen der anderen Studiengänge des Fachbereichs in den Studiengang verschoben.

Zum aktuellen Stand ist der fachliche Stand des Themas „Social Media“ als ausbaufähig einzustufen. Zum Zeitpunkt der Vor-Ort-Begehung existiert keine für dieses Thema denominierte Professur. Es ist eine W2-Professur für das Fachgebiet Social-Media-Management ausgeschrieben; dabei ist anzumerken, dass die Ausschreibung sehr breit ist und von Informatik bis zu strategischer Unternehmenskommunikation reicht. Die zweite Professur soll im weiteren zeitlichen Verlauf besetzt werden. Diese Professur sollte ebenfalls eng mit dem Fachthema verbunden sein.

Dem Studiengang stehen später im vollen Betrieb nach eigener Schätzung Mittel in Höhe von 760.000 Euro pro Jahr für zur Verfügung, die für die Sicherstellung der Lehre ausreichen. Es stellt sich die Frage, ob bzw. inwieweit diese Mittel für die Schaffung oder Umwidmung bei Wiederbesetzung verwendet werden können.

Der CNW des Studiengangs wird 5,08 betragen. Die Studierenden werden ausreichend betreut. Studiengangsintern ist zu beachten, dass für einzelne Lehrveranstaltungen und die Vertiefung „eMedia“ ggf. mehr Kapazität eingeplant werden muss.

Zum aktuellen Zeitpunkt würden in der Vertiefungslinie „eMedia“ im Bereich „Produktion audiovisuelle Medien“ Engpässe in den entsprechenden Laboren und der damit verbundenen Hardware- und Softwareausstattung bestehen. Es existieren drei Schnittplätze, die mit einem anderen Studiengang geteilt werden müssen. Bei einer optimistisch erwarteten Zulassung von 40 Studierenden und gleichmäßiger Verteilung auf die Vertiefungslinien ergeben sich 6,6 Studierende pro Arbeitsplatz, was angesichts der engen Raumsituation aktuell nicht möglich ist. Dies ist vor dem Hintergrund der unbeschränkten Zulassung und des Konzepts der wahlfreien Vertiefungslinien als problematisch einzustufen. Die drei Vertiefungslinien für die Programmverantwortlichen sind kapazitiv schwer in der Verteilung abzuschätzen, da die Studierenden frei nach der Orientierungsstufe ihre Vertiefung wählen werden.

Social Media Software als aus Sicht der Gruppe obligatorischer Lehrgegenstand könnte über ein etabliertes Virtualisierungskonzept den Studierenden verhältnismäßig einfach bereitgestellt werden, wobei die Finanzierung dieser Software über den Fachbereich erfolgen könnte.

Die Bibliothek ist während der Vorlesungszeit von Montag bis Freitag von 7.00 Uhr bis 22.00 Uhr zugänglich und stellt den Studierenden damit optimale Bedingungen bereit.

3.2 Entscheidungsprozesse, Organisation und Kooperation

3.2.1 Organisation und Entscheidungsprozesse

Zum Zeitpunkt der Erstellung dieses Gutachtens ist der Studiengang noch nicht offiziell gestartet, weshalb auch die Ansprechpartner für den Studiengang noch nicht nach außen transparent dargestellt werden können. Die Zuständigkeiten der an der Studiengangsentwicklung beteiligten Gremien sind jedoch im Antrag klar definiert dargestellt. Studierende werden dabei als Mitglieder dieser Gremien einbezogen.

Bei der Entwicklung des Studiengangs wurden allerdings Praxisvertreter im Bereich „Social Media“ bisher nicht systematisch eingebunden. Dies ist zwar keine erforderliche Vorgehensweise, wäre aber in diesem speziellen Kontext, vor allem durch die aktuell noch fehlenden Fachprofessuren im Bereich „Social Media“, durchaus sinnvoll und wird von der Gutachtergruppe empfohlen.

3.2.2 Kooperationen

Im Fachbereich MNI gibt es Kooperationen mit der Universität Marburg und der Ege Üniversitesi in Izmir. Es ist zu prüfen, inwieweit sich diese Kooperationen auch für diesen Studiengang eignen und ob Studierende an der Universität Izmir Teile der Studienleistungen erbringen können. Die Hochschule besitzt zentrale Ansprechpartner für ein Studium im Ausland. Bei der Vor-Ort-Begehung scheint das Thema Internationalisierung im Fachbereich allerdings eine eher untergeordnete Rolle zu spielen. Gerade im Bereich „Social Media“ bietet sich dabei ein Ausbau im Bereich der Internationalisierung in besonderer Weise an. Die bestehenden Studiengänge sind aber gut mit regionalen Unternehmen vernetzt, so dass als etabliertes Modell Studierende ihr Praktikum und ihre Abschlussarbeit in einem Unternehmen durchführen: Dieses Konzept ist auch für den hier zu akkreditierenden Studiengang angedacht. Der Kontakt zu Unternehmen wird zudem auch über den Förderverein Informatik gehalten.

3.3 Prüfungssystem

Die zur Akkreditierung vorliegende fachspezifische Prüfungsordnung ist ein Entwurfsstand und derzeit nicht vom Senat verabschiedet. Eine rechtskräftige Fassung ist daher nachzureichen.

Die im geplanten Studiengang überwiegende Prüfungsform ist die Klausur. Für die geplanten Inhalte wäre eine stärkere Varianz der Prüfungsformen wünschenswert. Aus didaktischer Sicht ist dies erforderlich, da andernfalls das Risiko bestünde, dass sich das Lehren und Prüfen auf die Kompetenzstufen „wiedererkennen und wiedergeben“ bzw. „verstehen und anwenden“ beschränkt. Es bestehen zwischen dem Qualifikations- und Lernzielen und der Prüfungsleistung andererseits vereinzelt Diskrepanzen, zum Beispiel:

- EB2007: „Die Teilnehmer **werden in die Lage versetzt**, grundlegende Konzepte und Methoden des Wissensmanagements in Organisationen (...) **umzusetzen**. Lehrform: **Seminaristischer Unterricht**, Prüfungsform: **Klausur**.
- IT1000: „Die Studierenden (...) **können** (...) einfache webbasierte Programme **entwickeln**“. Lehrform: **Seminaristischer Unterricht**, Prüfungsform: **zwei Klausurarbeiten**.

Die Dauer des Moduls IT1000 ist mit einem Semester inkorrekt angegeben, da es – wie die anderen beiden Grundlagenmodule der Orientierungsphase EB1000 und SM1000 – auf zwei Semester verteilte Klausuren beinhaltet; dies muss in den betreffenden Modulbeschreibungen richtiggestellt werden. Das Modul SM2005 ist bezüglich der Prüfungsleistung mit „Klausur, Projekt oder eine Kombination vom beidem“ unklar spezifiziert und sollte deswegen für den möglichen Fall der Wiederholungsprüfung eindeutiger beschrieben werden, um wechselnde Prüfungsformen und damit verbundene potentielle Nachteile zu vermeiden.

Im Akkreditierungsantrag wird auch die Nutzung von Moodle und Mahara im Rahmen einer modernen Lehre hervorgehoben. Vor diesem Hintergrund fehlen jedoch passende Prüfungsleistungen, wie z. B. Portfolio.

Die Prüfungsformen sind allgemein gehalten, aber ausreichend in der Prüfungsordnung definiert. Eine detaillierte Festlegung erfolgt im Modulhandbuch. Die Prüfungen erfolgen modulbezogen. In der Orientierungsphase sind sie auf zwei Semester verteilt. Die Prüfungsordnung sieht verlängerte Bearbeitungszeiten oder alternative Prüfungsformen für Studierende in besonderen Lebenslagen oder mit Behinderung vor.

Die Zahl der Prüfungen ist angemessen. Anzumerken ist jedoch, dass in vielen Modulen eine Prüfungsvorleistung zu erbringen ist, die an sich auch eine Prüfung der Studierenden und eine Arbeitsbelastung darstellt. In der Regel sind dies Übungen, die nicht nur teilnahmepflichtig sind, sondern in denen auch ein Erfolg nachgewiesen werden muss. Aus den Erfahrungen der Studierenden aus den Studiengängen des Fachbereichs, die diese Module nutzen, scheint dies aktuell jedoch keine besonderen Herausforderungen an die Studierenden zu stellen. Dem Workload sollte durch die Verantwortlichen in den ersten Durchläufen dennoch besondere Beachtung geschenkt werden. Die Anzahl dieser Vorleistungen sollte dabei keinesfalls erhöht werden.

In der Prüfungsordnung § 3 wird als Lehr- und Prüfungssprache Deutsch festgelegt. Ausnahmen können nur für Prüfungssprachen, nicht jedoch für Lehrsprachen erfolgen. Dieser (zumindest formale) Ausschluss von z. B. englischsprachigen Lehrveranstaltungen ist vor dem Hintergrund des Themengebietes des Studiengangs kritisch anzumerken.

3.4 Transparenz und Dokumentation

Der Studiengang wird zum Zeitpunkt der Begutachtung nur auf Veranstaltungen, nicht jedoch auf dem Web-Angebot der Hochschule beworben. Die entsprechenden Dokumente zur Studiengangsdokumentation sind daher (noch) nicht öffentlich verfügbar. Der Gutachtergruppen wurden alle relevanten Dokumente, insbesondere Modulhandbuch, Prüfungsordnung, Zeugnis, Urkunde, Diploma Supplement und Transcript of Records zur Verfügung gestellt. Die relative ECTS-Note wird im Abschlusszeugnis ausgewiesen. In diesem Zusammenhang wird im Übrigen empfohlen, die derzeit aktuelle von der Europäischen Kommission, dem Europarat und UNESCO/CEPES entwickelte Vorlage des Diploma Supplements zu verwenden.

Da der Studiengang noch nicht beworben wird, kann die Beratung für Studienanfänger nicht vollumfänglich beurteilt werden. In den Studiengängen „Informatik“ und „Ingenieur-Informatik“ des Fachbereichs führen die Links zur Studien-Fachberatung jedoch derzeit ins Leere. Dies ist bei der Einrichtung des neuen Studiengangs zu vermeiden.

Der Studiengang vermittelt mit dem Titel „Social – Media – Management“ den Eindruck, das etablierte und durch den Berufsverband BVCM definierte Berufsbild „Social-Media-Manager“ auszubilden. Der Studiengang ist allerdings zur Vermeidung eines falschen Verständnisses bei Studienbewerbern und einstellenden Unternehmen unbedingt umzubenennen und das Teilwort „Management“ nicht zu verwenden, da trotz der vorhandenen Vertiefungsrichtungen ein signifikanter technischer Schwerpunkt im Curriculum vorherrscht. Der Studiengang sollte daher auch nicht (bzw. bestenfalls nur äußerst bedingt) im Kontext dieses Berufsbildes beworben werden. Der technische Kernbereich des Programms muss zwingend im Titel erkennbar werden (z. B. im Sinne von „Social Media Technology (bzw. Technologie)“ oder „Social Media Systems (bzw. Systeme)“).

Die drei Vertiefungslinien des Studiengangs lassen stark divergierende Qualifikationsziele zu: Da sich damit durch die durch die Wahl der jeweiligen Vertiefungsrichtung eine signifikante individuelle Schwerpunktbildung im jeweils absolvierten Curriculums ergibt, muss aus Sicht der Gutachtergruppe die jeweils absolvierte Vertiefungsrichtung („eBusiness“, „eMedia“ oder „weblT“) als Zusatz des (geänderten) Studiengangstitels explizit in Zeugnis, Diplome Supplement etc. ausgewiesen werden, um die erforderliche Transparenz hinsichtlich der konkreten Qualifikation der Absolventen für den Arbeitsmarkt zu gewährleisten (z. B. „Social Media Systems: eBusiness“).

Eine individuelle Beratung und fachliche Unterstützung während des Studiums erscheint nach dem Ergebnis des Gesprächs mit Studierenden des Fachbereichs gegeben zu sein. Die Studierendenvertreter berichten von einer engen Zusammenarbeit und dass den Dozenten (im positiven Sinn) zum Teil „gar nicht aus dem Weg gegangen werden kann“. In diesem Zusammenhang wurde auch die Unterstützung bei der Suche nach Praktika sehr positiv gesehen. Die Hochschule bietet zentral Beratungsmöglichkeiten für ein Auslandsstudium an. Im Fachbereich spielt das Thema Internationalisierung aktuell noch keine tragende Rolle. Die Hochschule unterstützt die Studierenden in verschiedenen Lebenslagen.

3.5 Geschlechtergerechtigkeit und Chancengleichheit

Sowohl in den Gesprächen mit den Lehrenden und Programmverantwortlichen des Studiengangs als auch in Gesprächen mit den Studierenden wurde eine klare Kultur der Erreichbarkeit, des Zuhörens und der gemeinsamen Problemlösung deutlich. Insbesondere die Studierenden bescheinigen der Hochschule und den dort tätigen Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen ein offenes Ohr für Probleme und eine in der Regel schnelle und individuelle Lösung. Dies ist auch vor dem Hintergrund von Chancengleichheit, Geschlechtergerechtigkeit sowie besonderen Lebenslagen und anderen individuellen Situationen als sehr positiv zu werten.

Studierende mit gesundheitlichen Beeinträchtigungen

Die bei der Begehung gezeigten Räumlichkeiten sind nach Beurteilungsmöglichkeit der Gutachtergruppe weitgehend als barrierefrei einzustufen. Einschränkungen kann es für Rollstuhlfahrer in

den Laboren der Medienproduktion geben, die sich aber durch einfache Umordnung von Mobiliar beheben lassen. Für Studierende mit Seh- und Höreinschränkungen sind nach Augenschein geeignete Plätze vorhanden. In einem Zentrum für blinde und sehbehinderte Studierende können Hilfsmittel ausgeliehen und weitere Services in Anspruch genommen werden. Das Angebot ist daher als überdurchschnittlich einzustufen.

Geschlechtergerechtigkeit, Chancengleichheit und Diversity

Der Studiengang möchte den Anteil weiblicher Studienanfänger erhöhen. Der Ansatz eines Orientierungssemesters, das die Teile „eBusiness“, „weBIT“ und „eMedia“ abdeckt, wird positiv beurteilt. Auf diese Weise können Studierende, die sich selbst ursprünglich eher im betriebswirtschaftlichen Bereich oder Medienbereich gesehen haben, potenziell auch für technische Inhalte interessiert werden.

Ungeeignet erscheint jedoch der Ansatz, den Anteil weiblicher Studierender durch die Wahl des Studiengangnamens zu erhöhen, der ein definiertes medial-kommunikatives Ausbildungsziel suggeriert und in Folge eine erhöhte Abbrecherzahl nach sich ziehen könnte, die potenziell zu Lasten der Studienanfängerinnen gehen würde. In dem Gespräch mit den Studierenden im Rahmen der Begehung wurde der Studiengangname „Social – Media – Management“ beispielsweise nicht mit Informatik, sondern mit „Facebook & Co.“ assoziiert.

Die Hochschule betreibt ein Programm zur „weiblichen THM-MINT-Nachwuchsförderung“. Es erscheint sinnvoll, die Ansprechpartner in die weitere Ausgestaltung des Studiengangs, insbesondere auch der Orientierungsstufe, einzubinden.

Zum aktuellen Zeitpunkt ist im Fachbereich lediglich eine hauptamtliche Professorin tätig. Der Gesamtanteil von Professorinnen beträgt hochschulweit 9,9 Prozent, am Standort Gießen ist der Anteil leicht niedriger. Die neu ausgeschriebene Stelle für diesen Studiengang soll idealerweise mit einer Frau besetzt werden, um den Anteil der weiblichen Lehrenden zu erhöhen. Insbesondere auch vor dem Ziel, den Anteil von Studienanfängerinnen zu erhöhen, ist eine weitere Erhöhung des Frauenanteils beim Lehrpersonal wünschenswert. Da im Studiengang absehbar auch externe Lehrbeauftragte eingesetzt werden sollen, wäre hierfür eine gezielte Ansprache von Expertinnen aus der Praxis zu empfehlen.

Die Hochschule ist als familiengerechte Hochschule zertifiziert und bietet entsprechende Angebote für Studierende (Beratung, Kinderbetreuung) an. Im Rahmen der Begehung wurden jedoch keine implementierten Maßnahmen (z.B. Flexibilisierung des Studienverlaufs) des geplanten Studiengangs dargestellt, die eine besondere Studierbarkeit für Studierende mit Kindern bieten.

Die Hochschule befasst sich aktiv mit Gender- und Diversity-Aspekten. Die Hochschule betreibt ein „Gender & Diversity Monitoring“ und ein „Gender & Diversity Consulting“. Dennoch ist der

Studienerfolg aktuell in Studiengängen des Fachbereichs MNI von der Art der Hochschulzugangsberechtigung abhängig. Ein Buddy-Programm unterstützt Incomings.

Kritisch ist anzumerken, dass im Modul CS2320 („Ruby on Rails“) explizit der Besitz eines Rechners vorausgesetzt wird, was ein Problem für Studierende mit finanziell schwachem Hintergrund darstellen könnte.

3.6 Fazit

Die notwendigen Ressourcen in finanzieller Hinsicht werden nach Erreichen der maximalen Studierendenzahl über die damit verbundenen Mittelzuweisungen verfügbar sein. Zu Beginn wird der Studiengang über eine ausgeschriebene Professur und Kapazitätsverschiebungen innerhalb des Fachbereichs getragen. Kritisch ist zu hinterfragen, dass auch mittelfristig der Ausbau bei zwei zusätzlichen Professuren bleiben wird und damit der Studiengang rechnerisch zu rund 70 Prozent durch Professoren, LfBA und Professoren anderer Studiengänge getragen wird. Räumlich ergeben sich im Bereich Medienproduktion Engpässe, die sich insbesondere bei unvorhergesehenem Wahlverhalten des Schwerpunkts verschärfen können. Vor diesem Hintergrund ist auch die unbeschränkte Zulassung zu hinterfragen. Studierende mit Beeinträchtigungen finden ebenso wie Studierende mit Kindern ein breites Unterstützungsangebot. Die Entscheidungsprozesse sind transparent und Studierende hierin involviert.

4 Qualitätsmanagement

4.1 Organisation und Mechanismen der Qualitätssicherung

Das Qualitätsmanagement ist bei der Hochschulleitung und im Fachbereich angesiedelt. Organisatorisch ist der Fachbereich zuständig. In dem aktuellen Leitbild der THM ist „Qualität“ einer der drei Grundsätze. An der THM wurde 2007 das „Zentrum für Qualitätsentwicklung (ZQE)“ als zentrale Einrichtung für alle Belange im Zusammenhang mit Qualitätsentwicklung und Qualitätsmanagement eingerichtet. Die Aufgaben des Zentrums liegen in der Beratung, Strukturierung, Lenkung und Unterstützung bei qualitätssichernden und qualitätsverbessernden Aktivitäten in allen Bereichen der Hochschule.

Die Schnittstelle zwischen dem ZQE und den Fachbereichen bilden die Qualitätsmanagement-Beauftragten (QMB) der Fachbereiche. In regelmäßigen Treffen findet ein Austausch zu qualitätsrelevanten Themen statt. So wurde, laut Antrag, in jüngster Zeit eine Software zur Abbildung eines prozessorientierten Qualitätsmanagementsystems angeschafft, mit welcher aktuell erste Prozesse dargestellt werden. Innerhalb des ZQE bzw. in enger Zusammenarbeit mit dem ZQE existieren an der THM weitere Abteilungen, Gremien, Arbeitsgemeinschaften und Kommissionen, die sich mit dem Thema Qualität beschäftigen.

Die Prozessschritte der Qualitätssicherung und der Qualitätsmanagementaufgaben wurden im Rahmen der Akkreditierung deutlich und vorbildlich kommuniziert. Die Prozessschritte sind klar definiert und allen Akteuren transparent vermittelt.

Alle Lehrveranstaltungen des geplanten Bachelorstudiengangs sollen evaluiert werden. Das hat die Kommission positiv zur Kenntnis genommen. Besonders positiv wurde dabei von der Kommission gesehen, dass die Evaluationen bereits Mitte des Semesters durchgeführt werden, so dass die Anregungen und Vorschläge aus den Evaluationen noch im laufenden Semester umgesetzt werden können.

Im Rahmen der Begehung wurde sowohl von Seiten des Präsidiums und des Fachbereichs auf der einen Seite als auch von Seiten der Studierenden deutlich gemacht, dass die internen Qualitätsmanagementprozesse regelmäßige Workload-Befragungen als Teil der Lehrevaluation vorsehen, so dass die Relation von Kreditpunkten zum Arbeitsaufwand in realistischen Bandbreiten gut gewährleistet werden kann.

Ebenfalls positiv hervorzuheben ist, dass die verpflichtenden Lehrveranstaltungen der Orientierungsphase im Semesterbetrieb angeboten werden – damit ist eine halbjährliche Wiederholung im Pflichtbereich gewährleistet. Die Veranstaltungen der Vertiefungsphase sind sinnvollerweise als Wahlpflichtpool organisiert und haben daher einen wesentlich niedrigeren Verpflichtungsgrad.

Da die meisten dieser Veranstaltungen aus Pflichtveranstaltungen eines anderen Studiengangs abgeleitet werden, werden auch diese im Semesterbetrieb angeboten.

Positiv wurde von der Gutachtergruppe gesehen, dass das KIM-Projekt („Klasse in der Masse“), ein durch das BMBF gefördertes Projekt für bessere Studienbedingungen und mehr Qualität in der Lehre, im Fachbereich eine große Rolle spielt. Ziele sind z. B. die Verbesserung der Personalausstattung durch Tutoreneinsatz und überlappende Professuren oder die Sicherung und Weiterentwicklung der Lehrqualität durch hochschuldidaktisches Coaching für Lehrende und Tutorenqualifizierung. Auch die Entwicklung neuer bedarfsgerechter Studienangebote und Weiterentwicklung von Studiengängen gehören zu den Projekten von KIM.

Aus Sicht der Gutachtergruppe bieten diese Elemente gute Ansatzpunkte, um die vorhandenen Qualitätssicherungsmaßnahmen auf Ebene der Studiengänge weiter auszubauen, zu systematisieren und in die angestrebten Qualitätssicherungsmaßnahmen der Hochschule einzubetten.

4.2 Umgang mit den Ergebnissen der Qualitätssicherung

Die Schritte bei der Durchführung des Qualitätsmanagements und -sicherung wurden im Rahmen der Akkreditierung zur Zufriedenheit der Gutachter klar definiert und transparent gemacht. Deutlich wurde im Rahmen der Gesprächsrunden an der THM, dass es eine etablierte Evaluationskultur gibt. Das haben Hochschulverwaltung, Lehrende und Studierende angemessen dargelegt. Da der

Studiengang noch nicht angelaufen ist, können hier allerdings noch keine abschließenden Bewertungen abgegeben werden. Seitens des Fachbereichs wie auch der Hochschulleitung ist man sich über die Notwendigkeit und die weiteren zu ergreifenden Maßnahmen im Bereich „Qualitätssicherung“ bewusst; die notwendigen Instrumente sind vorhanden und werden genutzt. Die konsequente Fortschreitung auf dem hier eingeschlagenen Weg kann seitens der Gutachtergruppe nur begrüßt werden.

4.3 Fazit

An der THM ist ein umfassendes System zum Management und zur Sicherung der Qualität auf Hochschulleitungs- und Fakultätsebene eingerichtet. Das Thema „Qualität“ ist dabei nicht nur im Leitbild der Hochschule fest verankert, sondern hat sich beispielsweise auch in einer Evaluationskultur etabliert, die von Hochschulleitung, Lehrenden und Studierenden getragen und unterstützt wird. Die vorhandenen Qualitätsmaßnahmen lassen sich daher auf dieser Basis weiter ausbauen und systematisieren, um zu einem kontinuierlichen Verbesserungsprozess beitragen zu können.

5 Resümee

Der Studiengang „Social – Media – Management“ verfügt grundsätzlich über eine definierte und sinnvolle Zielsetzung, die jedoch aufgrund des diese Ziele nicht widerspiegelnden Titels nicht in der gewünschten Weise zum Ausdruck kommt. Ebenso hindern die derzeit nicht vollständig auf die eigentliche Zielsetzung des Studienprogramms abgestimmten Informationsmaterialien zur Außenwirkung eine klare Kommunikation der zu vermittelnden Studienziele. Denn prinzipiell können die gesetzten Studienziele mit dem vorgelegten Konzept unter Berücksichtigung der von der Gutachtergruppe vorgeschlagenen Änderungen und Optimierungen (besonders im Bereich Social Media) sehr gut erreicht werden. So ist beispielsweise bis auf wenige Ausnahmen eine entsprechende Transparenz gegeben. Die Studierbarkeit ist gewährleistet und bei strikter Einhaltung des angestoßenen und in Aussicht gestellten Ausbaus der Ressourcen sind auch die organisatorischen Voraussetzungen zur konsequenten und zielgerichteten Umsetzung des Studiengangskonzepts gegeben. Die Studienbedingungen können insgesamt sowohl hinsichtlich der Organisation der Studiengänge sowie der Betreuung als sehr gut eingeschätzt werden. Es existieren angemessene Instrumente zur Qualitätssicherung.

6 Bewertung der „Kriterien des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen“ vom 08.12.2009²

Der begutachtete Studiengang entspricht den Anforderungen des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse vom 21.04.2005, den landesspezifischen Strukturvorgaben für die Akkreditierung von Bachelor- und Masterstudiengängen sowie der verbindlichen Auslegung und Zusammenfassung dieser Dokumente durch den Akkreditierungsrat (Kriterium 2 „Konzeptionelle Einordnung des Studiengangs in das Studiensystem“). Der Studiengang entspricht nicht vollumfänglich den Anforderungen der Ländergemeinsamen Strukturvorgaben für die Akkreditierung von Bachelor- und Masterstudiengängen vom 10.10.2003 i.d.F. vom 04.02.2010.

Hinsichtlich der weiteren Kriterien des Akkreditierungsrates stellen die Gutachter fest, dass die Kriterien „Studierbarkeit“ (Kriterium 4), „Studiengangsbezogene Kooperationen“ (Kriterium 6), „Ausstattung“ (Kriterium 7), „Qualitätssicherung und Weiterentwicklung“ (Kriterium 9) sowie „Geschlechtergerechtigkeit und Chancengleichheit“ (Kriterium 11) erfüllt sind. Hinsichtlich der Kriterien „Qualifikationsziele“ (Kriterium 1), „Studiengangskonzept“ (Kriterium 3), „Prüfungssystem“ (Kriterium 5) und „Transparenz und Dokumentation“ (Kriterium 8) sind die Vorgaben nur teilweise erfüllt.

Kriterium 10 „Studiengänge mit besonderem Profilanspruch“ entfällt.

7 Akkreditierungsempfehlung der Gutachtergruppe

Die Gutachtergruppe empfiehlt folgenden **Beschluss**: die Akkreditierung mit Auflagen

Die Gutachtergruppe empfiehlt folgende **Auflagen**:

7.1 Auflagen

- In den relevanten Studienmaterialien sind die Bachelorarbeit und das Abschlusskolloquium getrennt auszuweisen. In der Modulbeschreibung der Abschlussarbeit sollte die Gewichtung des Kolloquiums mit aufgenommen werden, so dass ersichtlich ist, wie stark das Kolloquium in die Abschlussnote eingeht.
- In den Studien- und Prüfungsordnungen muss eine konkrete Festlegung erfolgen, wie viele Arbeitsstunden innerhalb der Bandbreite von 25 – 30 Stunden einem ECTS-Punkt zugrunde liegen.
- Es ist eine verabschiedete Studien- und Prüfungsordnung nachzureichen.

² I.d.F. vom 20. Februar 2013

- Der Titel des Studiengangs ist in folgenden Punkten zu überarbeiten:
 - Im gewählten Titel „Social – Media – Management“ darf der Zusatz „Management“ aufgrund mangelnder Verankerung im Curriculum nicht bestehen bleiben, da sonst eine Kollision mit dem derzeit bestehenden Berufsbild entsteht.
 - Der technische Kernbereich des Programms muss zwingend im Titel erkennbar werden (z. B. im Sinne von „Social Media Technology (bzw. Technologie)“ oder „Social Media Systems (bzw. Systeme)“ o. ä.).
 - Die jeweils von den Absolventen gewählte Vertiefungsrichtung („eBusiness“, „eMedia“ oder „webIT“) ist als Zusatz des Studiengangstitels explizit in Zeugnis, Diploma Supplement etc. auszuweisen (z. B. „Social Media Technology: eBusiness“).
- Das Profil des Studienganges muss in folgenden Punkten geschärft werden:
 - Das Modul „Diskrete Mathematik“ (MN1007) muss aus der verpflichtenden Orientierungsphase entfallen (und könnte z. B. in den entsprechenden Wahlpflichtbereich „webIT“ verlegt werden).
 - Das Modul „Grundlagen und Anwendungen Social Media“ (SM1000) muss hinsichtlich des Umfangs an die anderen beiden Grundlagenmodule „BWL und Informationssysteme“ (EB1000) und „Webbasierte Programmierung“ (IT1000) angepasst werden und ebenfalls 15 ECTS-Punkte umfassen, damit eine gleichwertige Verteilung der Grundlagenkompetenzen sichergestellt wird.
 - Das Modul „Grundlagen und Anwendungen Social Media“ (SM1000) muss mit elementaren Social Media-Inhalten aufgefüllt werden, wie sie beispielsweise im Modul SM 2008 ausgewiesen sind (vgl. dort Beschreibung „Lerninhalt“).
 - Der Anteil an Social Media- bzw. Social Media Management-Elementen muss in den einzelnen Vertiefungsbereichen deutlich geschärft werden. Insbesondere Aspekte wie etwa Social Software, Intranet, Social Media Monitoring, Marketing Intelligence, Publishing and Engagement Tools sollten dabei Berücksichtigung finden.
- In den Modulbeschreibungen (insb. Modulhandbuch) muss die Dauer des Moduls „IT1000“ korrekt angegeben werden (zwei Semester anstelle nur eines Semesters).

IV Beschluss/Beschlüsse der Akkreditierungskommission von ACQUIN³

1 Akkreditierungsbeschluss

Auf der Grundlage des Gutachterberichts, der Stellungnahme der Hochschule und der Stellungnahme des Fachausschusses fasste die Akkreditierungskommission in ihrer Sitzung am 27. Juni 2016 folgenden Beschluss:

Der Studiengang „Social Media Systems“ (B.Sc.) wird mit folgenden Auflagen erstmalig akkreditiert:

- **In den relevanten Studienmaterialien sind die Bachelorarbeit und das Abschlusskolloquium getrennt auszuweisen. In der Modulbeschreibung der Abschlussarbeit sollte die Gewichtung des Kolloquiums mit aufgenommen werden, so dass ersichtlich ist, wie stark das Kolloquium in die Abschlussnote eingeht.**
- **In den Studien- und Prüfungsordnungen muss eine konkrete Festlegung erfolgen, wie viele Arbeitsstunden innerhalb der Bandbreite von 25 – 30 Stunden einem ECTS-Punkt zugrunde liegen.**
- **Es ist eine verabschiedete Studien- und Prüfungsordnung nachzureichen.**
- **Der Titel des Studiengangs ist in folgendem Punkt zu überarbeiten: Die jeweils von den Absolventen gewählte Vertiefungsrichtung („eBusiness“, „eMedia“ oder „weBIT“) ist als Zusatz des Studiengangstitels explizit in Zeugnis, Diploma Supplement etc. auszuweisen (z. B. „Social Media Technology: eBusiness“).**
- **Das Profil des Studienganges muss in folgenden Punkten geschärft werden:**
 - **Das Modul „Diskrete Mathematik“ (MN1007) muss aus der verpflichtenden Orientierungsphase entfallen (und könnte z. B. in den entsprechenden Wahlpflichtbereich „weBIT“ verlegt werden).**
 - **Das Modul „Grundlagen und Anwendungen Social Media“ (SM1000) muss hinsichtlich des Umfangs an die anderen beiden Grundlagenmodule „BWL und Informationssysteme“ (EB1000) und „Webbasierte Programmierung“ (IT1000) angepasst werden und ebenfalls 15 ECTS-Punkte umfassen, damit**

³ Gemäß Ziffer 1.1.3 und Ziffer 1.1.6 der „Regeln für die Akkreditierung von Studiengängen und die Systemakkreditierung“ des Akkreditierungsrates nimmt ausschließlich die Gutachtergruppe die Bewertung der Einhaltung der Kriterien für die Akkreditierung von Studiengängen vor und dokumentiert diese. Etwaige von den Gutachtern aufgeführte Mängel bzw. Kritikpunkte werden jedoch bisweilen durch die Stellungnahme der Hochschule zum Gutachterbericht geheilt bzw. ausgeräumt, oder aber die Akkreditierungskommission spricht auf Grundlage ihres übergeordneten Blickwinkels bzw. aus Gründen der Konsistenzwahrung zusätzliche Auflagen aus, weshalb der Beschluss der Akkreditierungskommission von der Akkreditierungsempfehlung der Gutachtergruppe abweichen kann.

eine gleichwertige Verteilung der Grundlagenkompetenzen sichergestellt wird.

- Das Modul „Grundlagen und Anwendungen Social Media“ (SM1000) muss mit elementaren Social Media-Inhalten aufgefüllt werden, wie sie beispielsweise im Modul SM 2008 ausgewiesen sind (vgl. dort Beschreibung „Lerninhalt“).
- Der Anteil an Social Media- bzw. Social Media Management-Elementen muss in den einzelnen Vertiefungsbereichen deutlich geschärft werden. Insbesondere Aspekte wie etwa Social Software, Intranet, Social Media Monitoring, Marketing Intelligence, Publishing and Engagement Tools sollten dabei Berücksichtigung finden.
- In den Modulbeschreibungen (insb. Modulhandbuch) muss die Dauer des Moduls „IT1000“ korrekt angegeben werden (zwei Semester anstelle nur eines Semesters).

Die Akkreditierung gilt bis 30. September 2017.

Bei Feststellung der Erfüllung der Auflagen durch die Akkreditierungskommission nach Vorlage des Nachweises bis 1. April 2017 wird der Studiengang bis 30. September 2021 akkreditiert. Bei mangelndem Nachweis der Aufлагenerfüllung wird die Akkreditierung nicht verlängert.

Das Akkreditierungsverfahren kann nach Stellungnahme der Hochschule für eine Frist von höchstens 18 Monaten ausgesetzt werden, wenn zu erwarten ist, dass die Hochschule die Mängel in dieser Frist behebt. Diese Stellungnahme ist bis 22. August 2016 in der Geschäftsstelle einzureichen.

Für die Weiterentwicklung des Studienprogramms werden folgende Empfehlungen ausgesprochen:

- Die fachspezifischen Bestimmungen der Prüfungsordnung sollten dahingehend überarbeitet werden, dass außer Deutsch nicht nur weitere Prüfungs-, sondern auch Lehrsprachen zugelassen werden.
- Es sollte dafür Sorge getragen werden, dass die Hard- und Softwareausstattung der Labore im Bereich „eMedia“ der Zahl der jeweiligen Studierenden angemessen und zeitgemäß ist.
- Die Varianz der Prüfungsformen sollte zur Kompetenzsteigerung der Studierenden erhöht werden.
- Der Erwerb fachspezifischer Fremdsprachenkompetenzen sollte optimiert werden und der Bereich Internationalisierung sollte ausgebaut werden.

- Im Sinne der Transparenz der vermittelten Inhalte sollte sichergestellt werden, dass in der Außenwirkung des Studiengangs (Websites, Flyer, Informationsmaterialien etc.) keine Erwartungen geweckt werden, die das in erster Linie (informations-)technisch orientierte Studienprogramm derzeit nicht in voller Höhe einzulösen vermag, und dass die technischen Grundlagen sozialer Medien im Vordergrund stehen.
- Die Einrichtung eines unabhängigen Beirates bzw. die Einbeziehung externer Experten zur Qualitätssicherung und Weiterentwicklung der Studieninhalte sollte erwogen werden.
- Das Diploma Supplement sollte nach der neuen Vorlage der HRK ausgestellt werden.

Die Akkreditierungskommission weicht in ihrer Akkreditierungsentscheidung in den folgenden Punkten von der gutachterlichen Bewertung ab:

Streichung von Auflagen

- Der Titel des Studiengangs ist in folgenden Punkten zu überarbeiten:
 - Im gewählten Titel „Social – Media – Management“ darf der Zusatz „Management“ aufgrund mangelnder Verankerung im Curriculum nicht bestehen bleiben, da sonst eine Kollision mit dem derzeit bestehenden Berufsbild entsteht.
 - Der technische Kernbereich des Programms muss zwingend im Titel erkennbar werden (z. B. im Sinne von „Social Media Technology (bzw. Technologie)“ oder „Social Media Systems (bzw. Systeme)“ o. ä.).

Begründung:

Die Akkreditierungskommission schließt sich dem Fachausschuss an, der festgestellt hat, dass die Hochschule die Monita der Gutachtergruppe bereits im Vorfeld aufgegriffen und ihnen durch Beschluss abgeholfen hat.

2 Feststellung der Auflagenerfüllung

Die Hochschule reichte fristgerecht die Unterlagen zum Nachweis der Erfüllung der Auflagen ein. Diese wurden an den Fachausschuss mit der Bitte um Stellungnahme weitergeleitet. Der Fachausschuss sah die Auflagen als erfüllt an. Auf Grundlage der Stellungnahme des Fachausschusses fasste die Akkreditierungskommission in ihrer Sitzung am 3. Juli 2017 folgenden Beschluss:

Die Auflagen des Bachelorstudiengangs „Social Media Systems“ (B.Sc.) sind erfüllt. Die Akkreditierung wird bis zum 30. September 2021 verlängert.