

## Akkreditierungsbericht

Akkreditierungsverfahren an der

**AKAD Hochschule Stuttgart**

**„Innovationsmanagement und digitale Geschäftsmodelle“ (B.A.)**

**und „Digital Marketing & Social Media“ (B.A.)**

### **I. Ablauf des Akkreditierungsverfahrens**

**Vertragsschluss am:** 27. Dezember 2017

**Eingang der Selbstdokumentation:** 4. April 2018

**Datum der Vor-Ort-Begehung:** 13./14. Juni 2018

**Fachausschuss:** Fachausschuss Wirtschafts-, Rechts- und Sozialwissenschaften

**Begleitung durch die Geschäftsstelle von ACQUIN:** Dr. Anne-Kristin Borszik

**Beschlussfassung der Akkreditierungskommission am:** 24. September 2018, 24. Juni 2019

**Zusammensetzung der Gutachtergruppe:**

- **Prof. Dr. Matthias Fank**, Leiter des Masterstudiengangs „Markt- und Medienforschung“, Forschungsgebiet Social Media Research, Technische Hochschule Köln
- **Dan Gläser**, Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrum Chemnitz
- **Lukas Leitner**, Studierender „Wirtschaftsberatung“, Fachhochschule Wiener Neustadt
- **Prof. Dr. André Marchand**, Professur für Marketing & Digital Environment, Universität zu Köln
- **Prof. Dr. Sabine Rathmayer**, Professorin für Wirtschaftsinformatik, Hochschule der Bayerischen Wirtschaft, München
- **Prof. Dr. Andreas Rusnjak**, Strategisches Innovationsmanagement, Fachhochschule Flensburg

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

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

## **II. Ausgangslage**

### **1. Kurzportrait der Hochschule**

Die 1980 gegründete, staatlich anerkannte Fernhochschule in privater Trägerschaft mit Sitz in Stuttgart sowie mit 33 AKAD-Prüfungszentren in ganz Deutschland bietet derzeit 63 Bachelor-, Master- und MBA-Fernstudiengänge sowie Zertifikatsstudiengänge insbesondere in den Bereichen BWL / Management, Digital Engineering und Industrie, Intercultural Management und Fachübersetzen, Technik und Management, Ingenieurwissenschaften und Digital Business sowie einige interdisziplinäre Studienprogramme an. Diese sind an den drei Schools – School of Business Administration & Management, School of Engineering & Technology Management und School of International Communication & Culture – angesiedelt. Derzeit lehren 200 Professorinnen und Professoren sowie Dozentinnen und Dozenten in den verschiedenen Studienprogrammen der AKAD Hochschule Stuttgart.

### **2. Kurzinformationen zu den Studiengängen**

Der Studiengang „Innovationsmanagement und digitale Geschäftsmodelle“ (B.A.) wird zum 1. Oktober 2018 eingeführt und als berufsbegleitendes Fernstudium angeboten. Er ist fachlich den Wirtschafts-, Rechts- und Sozialwissenschaften zugeordnet und richtet sich an Berufstätige aller Branchen, die eine betriebswirtschaftliche Tätigkeit in der mittleren Führungsebene in der Hierarchie oder in Stabsstellen von Unternehmen ausüben oder anstreben.

Der Studiengang „Digital Marketing & Social Media“ (B.A.) wird ebenfalls zum 1. Oktober 2018 eingeführt und als berufsbegleitendes Fernstudium angeboten. Er ist fachlich den Wirtschafts-, Rechts- und Sozialwissenschaften zugeordnet und richtet sich an Berufstätige aller Branchen, die eine betriebswirtschaftliche Tätigkeit in der mittleren Führungsebene in der Hierarchie, im Marketing oder in Stabsstellen von Unternehmen ausüben oder anstreben.

Es werden pro Studierendem oder Studierender in jedem Studiengang voraussichtlich 13.000 Euro Studiengebühren plus 960 Euro Prüfungsgebühren erhoben. Die beiden zur Akkreditierung anstehenden Studiengänge erstrecken sich über 6 bzw. 8 Semester (Sprint- bzw. Standardvariante), es werden jeweils 180 ECTS-Punkte vergeben. Ein Studienbeginn ist jederzeit möglich, die Anzahl der Studienplätze ist nicht begrenzt.

### **III. Darstellung und Bewertung**

#### **1. Gesamtstrategie der Hochschule und der School of Business Administration and Management**

Die Studiengänge sind Teil einer Gruppe neu entwickelter Studienprogramme, sie fügen sich in Ausrichtung und Zielsetzung gut in die Gesamtstrategie der AKAD Hochschule. Sie ergänzen sinnvoll das bestehende Studienangebot. Bei der Entwicklung der Studiengänge wurde auf die Regeln des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen, auf den Qualitätsrahmen für deutsche Hochschulabschlüsse, auf Ländergemeinsame Strukturvorgaben sowie auf landesspezifische Vorgaben zurückgegriffen. Darüber hinaus wurden keine externen Richtlinien hinzugezogen.

#### **2. Ziele und Aufbau der Studiengänge**

In beiden Studiengängen soll insbesondere die Befähigung zur Aufnahme einer qualifizierten Erwerbstätigkeit sowie auch entsprechende Persönlichkeitsentwicklungen erreicht werden. Die Fähigkeit zum kritischen Diskurs und zu Verantwortungsbewusstsein wird durch den Einsatz von praxiserfahrenen Dozentinnen und Dozenten gefördert. Ebenfalls ist vorgesehen, durch die Studieninhalte, den freiwilligen Auslandsaufenthalt (s.u.) sowie durch Diskussionen innerhalb der Lehrveranstaltungen die Studierenden für ein entsprechendes gesellschaftliches Engagement zu befähigen.

Die Studiengänge können sowohl als Sprintvariante als auch in der Standardvariante studiert werden, wobei die erste mit 36 Monaten Studiendauer kalkuliert wird (30 ECTS-Punkte pro Semester), die zweite mit 48 Monaten (23 ECTS-Punkte pro Semester). Die jeweilige Studiendauer korreliert mit einer entsprechenden Zahldauer. Es können Urlaubssemester beantragt werden, während denen die Zahlungen ausgesetzt werden können. Auch während Urlaubssemestern können Studierende Modulprüfungen ablegen. Die Studiengebühren werden teilweise auch von den die Studierenden beschäftigenden Unternehmen übernommen.

Die zur Akkreditierung anstehenden Studiengänge beinhalten einen optionalen Auslandsaufenthalt an der California State University, Sacramento (CSUS). Die CSUS hat langjährige Erfahrung mit Kurzzeitstudienprogrammen, die es den Teilnehmerinnen und Teilnehmern ermöglichen, im Rahmen von Intensivkursen die gleichen Inhalte zu erarbeiten wie in regulären Semesterkursen. Im Gespräch mit den Studierenden befand sich auch ein Student, der an einem solchen Auslandsaufenthalt teilgenommen hatte und sehr positiv über diese Möglichkeit berichtete.

## 2.1. Studiengang „Innovationsmanagement und digitale Geschäftsmodelle“ (B.A.)

### 2.1.1 Qualifikationsziele des Studiengangs

Der Studiengang „Innovationsmanagement und digitale Geschäftsmodelle“ (B.A.) ist der School of Business Administration & Management zugeordnet. Mit dem Studiengang soll das Portfolio um funktions- und branchenspezifische Angebote der AKAD Hochschule im Bereich der digitalen Wirtschaft erweitert werden.

Die Zielgruppe des Studiengangs umfasst Berufstätige aller Branchen, die eine betriebswirtschaftliche Tätigkeit in der mittleren Führungsebene oder in Stabsstellen von Unternehmen ausüben oder anstreben. Insbesondere richtet sich der Studiengang an Personen aller Branchen, welche die Chancen von digitalen Geschäftsmodellen und Innovationsprozessen ergreifen und ihre Unternehmen erfolgreich durch die aktuellen und zukünftigen Herausforderungen in diesen Bereichen steuern und/oder begleiten wollen. Es handelt sich hierbei voraussichtlich insbesondere um „digitalaffine Personen“, welche ihre Karriere in den Schwerpunktbereichen der innovativen und strategischen Geschäftsführung, insbesondere im Bereich der digitalen Geschäftsmodelle sowie im Innovationsmanagement fördern und gleichzeitig die Zukunft ihres Unternehmens mitgestalten wollen.

Im Studiengang sollen Fachkompetenz, Methodenkompetenz, Medienkompetenz, Sozialkompetenz, Persönlichkeitskompetenz und Kommunikationskompetenz auf den Gebieten des Innovationsmanagements und der digitalen Geschäftsmodelle aber auch auf den Gebieten der digitalen Transformation, der Betriebswirtschaftslehre, der Wirtschaftsinformatik sowie in unterstützenden Wissenschaften vermittelt werden.

Die Studierenden sollen zu folgenden berufsbezogenen Tätigkeiten befähigt werden: zu wissenschaftsgeleitetem Arbeiten und zur Anwendung wissenschaftlicher Methoden; zur Anwendung und zum Transfer ihres Wissens und Könnens auf berufspraktische Aufgaben im Innovationsmanagement und im Kontext der Herausforderungen digitaler Geschäftsmodelle; zur Wahrnehmung von Fach- und Führungsaufgaben auf der mittleren Managementebene bzw. in funktionsübergreifenden Projekten im Innovationsmanagement und bei der Gestaltung und Etablierung digitaler Geschäftsmodelle; zur Analyse und zum nachhaltigen Lösen von strategischen Problemstellungen sowie operativen Aufgaben und Problemen im Kontext digitaler Geschäftsmodelle und des Innovationsmanagements; zur Wahrnehmung von Schnittstellenfunktionen zu anderen betrieblichen Funktionen und zur Bewertung von übergeordneten Managementkontexten sowie zur eigenständigen Entwicklung digitaler Geschäftsmodelle und der Etablierung eines grundlegenden Innovationsmanagements in Unternehmen unterschiedlicher Prägung und bei dynamischen Umfeldbedingungen. Zusätzlich sollen sie Selbstkompetenz erwerben, insbesondere zur Leistungsorientierung, Flexibilität, Fähigkeit zum kritischen Diskurs und zu Verantwortungsbewusstsein, zur

Sozial- und Medienkompetenz, insbesondere in Bezug auf Kommunikation, Kooperation, Teamarbeit und den Umgang mit Konflikten im physischen und virtuellen Raum. Die Qualifikationsziele werden in ausführlicher Form in der Studien- und Prüfungsordnung des Studiengangs sowie im Diploma Supplement dargestellt.

Darüber hinaus verfolgt der Studiengang das Ziel, berufsrelevante Schlüsselqualifikationen wie Selbstmanagement, wissenschaftliches Arbeiten, Technologie- und Innovationsmanagement sowie Projektmanagement zu vermitteln.

Die Arbeitsmöglichkeiten in nationalen und internationalen Unternehmen, Organisationen und Behörden wurden mit folgenden möglichen Tätigkeiten angegeben: Projektmitarbeit und Projektleitung in betrieblichen Innovationsprojekten, Projektmitarbeit und Projektleitung bei der Gestaltung, Einrichtung bzw. Erweiterung von digitalen Geschäftsmodellen in jungen und etablierten Unternehmen, operative und strategische Tätigkeiten im Innovationsmanagement, operative und strategische Aufgaben im Bereich der Entwicklung digitaler Geschäftsmodelle, Beratungstätigkeit bei Projekten zur Digitalisierung von Geschäftsmodellen und zum Innovationsmanagement im Angestelltenverhältnis, Beratungstätigkeit bei Projekten zur Digitalisierung von Geschäftsmodellen und zum Innovationsmanagement als selbstständiger Berater, Selbstständigkeit mit einem digitalisierungsnahen Geschäftsmodell. Die möglichen Tätigkeitsfelder sind im Hinblick auf den Bachelorstudiengang plausibel.

Der Bedarf wurde durch Umfragen der Hochschule ermittelt. Die Ergebnisse der Umfragen und die Ableitung von Strategien in Hinblick auf Ziel- und Konzeptdefinition der Studiengänge wurden während der Vor-Ort-Begehung überzeugend präsentiert. Die Anforderungen decken sich weitestgehend mit Kenntnissen über aktuelle Bedarfe.

Aufgrund der deutschlandweiten Studierendenzahlen in vergleichbaren Studiengängen sowie Erfahrungen und Erkenntnissen zur Prognose von Studierendenzahlen der Hochschule wird mit 36 jährlichen Immatrikulationen im eingeschwungenen Zustand gerechnet. Die Hochschule gibt die Regelstudienzeit für diesen Studiengang mit sechs Leistungssemestern an. Diese Leistungssemester umfassen jeweils einen Arbeitsumfang von 30 ECTS-Punkten und dienen in erster Linie der Darstellung des Arbeitsaufwandes. Die einzelnen Module können je nach individuellem Studientempo absolviert werden. Damit grenzt sich das Konzept der Leistungssemester im Fernstudium von regulären Studiensemestern an Präsenzhochschulen ab, die eine feste zeitliche Struktur aufweisen. Das Konzept der Leistungssemester hat sich an der AKAD Hochschule bewährt.

Die Qualifikationsziele des Studiengangs umfassen fachliche und überfachliche Aspekte und beziehen sich insbesondere auf die Bereiche wissenschaftliche Befähigung, Befähigung zur Aufnahme einer qualifizierten Erwerbstätigkeit, Befähigung zum gesellschaftlichen Engagement und Persönlichkeitsentwicklung.

### 2.1.2 Studiengangsaufbau

Der Studiengang „Innovationsmanagement und digitale Geschäftsmodelle“ (B.A.) wurde – ebenso wie der Studiengang „Digital Marketing & Social Media“ (B.A.) – auf der Grundlage der neu entwickelten Plattform aus digitalen und betriebswirtschaftlichen Grundlagenthemen konzipiert. Die gemeinsame Plattform beinhaltet laut Angaben der Hochschule die Module der ersten beiden Semester (60 ECTS-Punkte); in beiden Studiengängen schließt das dritte Semester mit der Profilierungsrichtung BWL – und nicht mit der für andere Studiengänge vorgesehenen Profilierungsrichtung Technik / Informatik – an (30 ECTS-Punkte).

Das erste Semester des Studiengangs „Innovationsmanagement und digitale Geschäftsmodelle“ (B.A.) besteht aus den Modulen „SQF20 – Schlüsselqualifikationen für Studium und Beruf“, „DIT42 – Management der digitalen Transformation in der Praxis I: Digitale Motivation“, „WIN21 – Grundlagen und Anwendungen der Wirtschaftsinformatik“, „INT21 – Grundlagen des E-Business“, „MAT25 – Wirtschaftsmathematik“ sowie „DBA23 – Datenbanken“.

Hierbei bleibt unklar, wie die Voraussetzungen für das Belegen des Moduls INT21 (Grundlagen der Informationsverarbeitung, Grundlagen des Internets) geschaffen werden (vgl. Abschnitt 3.2.). Ebenso wäre die Voraussetzung des Moduls MAT25 (Mathematikkenntnisse der Sekundarstufe I) zu korrigieren. Die Gutachtergruppe betrachtet die Inhalte und Aktualität des Moduls „WIN21 – Grundlagen und Anwendungen der Wirtschaftsinformatik“ als nicht zeitgemäß. Unter anderem könnten hier – aber etwa auch im Modul STA23 – Grundlagen zum „Machine Learning“ integriert werden. Insgesamt muss das Modul „WIN21 – Grundlagen und Anwendungen der Wirtschaftsinformatik“ in Hinblick auf die in der Modulbeschreibung formulierten Lerninhalte und die Inhalte der Studienbriefe aktualisiert werden. Da das Modul dort auch zur Anwendung kommt, gilt dieses Monitum auch für den Studiengang „Digital Marketing & Social Media“ (B.A.).

Es folgt das zweite Semester mit den Modulen „DIT 43 – Management der digitalen Transformation in der Praxis II: Tools und Services“, „UFU21 – Innovation und Entrepreneurship“, „WEB40 – Projekt Web-Business: Grundlagen und praktische Anwendungen der Webprogrammierung“, „DIT60 – Digitale Geschäftsmodelle“ sowie „IUF22 – Investition und Finanzierung“.

In der Profilierungsrichtung BWL schließt sich das dritte Semester mit den Modulen „DIT44 – Management der digitalen Transformation: Theoretische Grundlagen“, „PER25 – Grundlagen des Personalmanagements“, „DIT45 – Digitale Kollaboration: Plattform- und Crowdphänomene“, „DIT46 – Digital Start-Up Management“ (Planspiel)“, „MKG23 – Grundlagen des Marketingmanagements“ sowie „ENC 13 – English for professional purposes C1“ an.

Im vierten Semester folgen im laut Informationen der Hochschule hier verorteten namensgebenden Schwerpunkt die Module „ORG63 – Organisation und IT“, „STA23 – Statistik“, „DIT47 – Management disruptiver Innovationen“, „DIT48 – Fallstudien zum Innovationsmanagement und

digitalen Geschäftsmodellen“, „UFU43 – Phasenorientiertes Management und Organisation“ sowie „PWS40 – Projektwerkstatt“.

Die Gutachtergruppe empfiehlt hier – sowie auch im Studiengang „Digital Marketing & Social Media“ (B.A.) –, das Modul STA23 früher im Curriculum (1.-2. Semester) einzuplanen, weil es die entscheidende Grundlage dafür ist, empirische Forschungsergebnisse zu verstehen.

Das fünfte und sechste Semester ist der Vertiefung der vorher gelehrt Inhalte mit den möglichen Vertiefungsrichtungen „Digital Business Strategy“, „Recht und Führung“, „Digital Service“, „Digital Marketing“, „Personalmanagement und Digitalisierung“ sowie „Digitalisierung in der Logistik“ (insgesamt 30 ECTS-Punkte), dem Projekt (20 ECTS-Punkte) und der Abschlussprüfung (10 ECTS-Punkte) gewidmet. Die Gutachtergruppe betrachtet die Vertiefungen als passend, empfiehlt jedoch, das Modul „IMG 40 – Informationsmanagement“ aus der Vertiefung „Personalmanagement und Digitalisierung“ inhaltlich zeitgemäßer zu gestalten und seinen Stellenwert im Studiengang zu überdenken. Es geht aus Sicht der Gutachterinnen und Gutachter in diesem Modul insbesondere um Datenschutz, Transparenz und Ethik sowie die Verantwortung in der digitalen Gesellschaft. Zu überlegen wäre, das Modul prominenter als Pflichtmodul in einem der vorangehenden Semester zu platzieren. Derzeit wird das Thema Datenschutz eher marginal im Modul INT21 bearbeitet.

Der Umfang der Wahlpflichtmodule (30 ECTS-Punkte) und Pflichtmodule (120 ECTS-Punkte plus 30 ECTS-Punkte für Projekt und Abschlussprüfung) ist passend für ein Bachelorstudium. Der Studiengang beinhaltet verschiedene Module mit Praxisbezug, die angemessen mit ECTS-Punkten versehen sind.

Der Studiengang ist stimmig bezüglich der enthaltenen Module und hinsichtlich der angestrebten Studiengangsziele aufgebaut. Die Studiengangsbezeichnung ist stimmig bezüglich der enthaltenen Module und hinsichtlich der angestrebten Studiengangsziele. Insgesamt sind die vermittelten Inhalte und Kompetenzen einem Bachelorabschluss in einem betriebswirtschaftsnahen Studiengang in Hinblick auf Fachwissen, Kompetenzen und Schlüsselqualifikationen angemessen.

Über die Forschungsthemen der Professoren sollen aktuelle Themen mit in die Module eingebracht werden. Dies erfolgt insbesondere während der Präsenzzeiten und über die fachliche Begleitung von Assignments und Abschlussarbeiten.

## **2.2. Studiengang „Digital Marketing & Social Media“ (B.A.)**

### 2.2.1 Qualifikationsziele des Studiengangs

Auch der Studiengang „Digital Marketing & Social Media“ (B.A.) ist der School of Business Administration & Management zugeordnet. Er erweitert das Portfolio funktions- und branchenspezifischer Angebote der AKAD Hochschule im Bereich der digitalen Wirtschaft.



Die Qualifikationsziele finden sich in der Studien- und Prüfungsordnung des Studiengangs sowie in der Selbstdokumentation der AKAD Hochschule zum Akkreditierungsverfahren. Sie sind klar und nachvollziehbar dargelegt und für ein Bachelorstudium angemessen.

Die Vermittlung von Fach- und Methodenkompetenzen konzentriert sich insbesondere auf die folgenden Themenfelder: wissenschaftsgeleitetes Arbeiten und Anwenden betriebswirtschaftlicher Methoden, Anwendung und Transfer von Wissen und Können auf berufspraktische Aufgaben, Realisierung von betrieblichen Prozessen und nachhaltige Lösung von Problemen, gezielte Anwendung von Kompetenzen in fach- und funktionsübergreifenden Projekten, Wahrnehmung von Fach-, Führungs- und Beratungsaufgaben in Unternehmen und Institutionen. Darüber hinaus verfolgt der Studiengang das Ziel, berufsrelevante Schlüsselqualifikationen wie Selbstmanagement, wissenschaftliches Arbeiten, Persönlichkeitsentwicklung und Befähigung zum gesellschaftlichen Engagement zu vermitteln. Sprachkompetenz für die englische Sprache wird in einem Modul gelehrt.

Diese Beschreibungen finden sich wörtlich und inhaltlich in fast gleicher Form in der Dokumentation des Studiengangs „Innovationsmanagement und digitale Geschäftsmodelle“ (B.A.), wie auch in weiteren Studiengängen der AKAD Hochschule.

Bevor ein Studiengang zur Akkreditierung beantragt wird, durchläuft der Antrag diverse Stadien bis zur Freigabe. Dabei werden Tätigkeitsfelder und der Bedarf ermittelt. Dies erfolgt überwiegend durch Gespräche mit Praktikern und wurde im Gespräch mit der Hochschulleitung der Gutachtergruppe so bestätigt. Der Bachelorstudiengang ist hinsichtlich der Zielgruppe, seiner Inhalte und der Ausrichtung profiliert.

Die Zielgruppe des Studiengangs umfasst insbesondere Berufstätige aller Branchen, die eine betriebswirtschaftliche Tätigkeit in der mittleren Führungsebene oder in Stabsstellen von Unternehmen ausüben oder anstreben. Insbesondere werden dabei Personengruppen angesprochen, die die Chancen der Digitalen Transformation ergreifen wollen sowie auch digitalaffine Personen, die ihre Karriere in diesem Schwerpunktbereich fördern wollen. Die Ausführungen zur Zielgruppe sind in der Selbstdokumentation enthalten.

Ziel der Hochschule ist es, ca. 50 Studierende pro Jahr in den Studiengang zu immatrikulieren. Dies erscheint auf Basis der bisher an der Hochschule gemachten Erfahrungen durchaus realistisch. Da es sich um einen neuen Studiengang handelt, kann zu Bewerberzahl, durchschnittlicher Studienzeit und Drop-Out Quote derzeit nichts gesagt werden.

### 2.2.2 Studiengangsaufbau

Der Studiengang „Digital Marketing & Social Media“ (B.A.) wurde ebenfalls auf der Grundlage der neu entwickelten Plattform aus digitalen und betriebswirtschaftlichen Grundlagenthemen

konzipiert. Allerdings zeigt sich, dass sich der Aufbau bzgl. der ersten drei Semester von dem des vorher betrachteten Studiengangs unterscheidet.

Das erste Semester besteht aus den folgenden Modulen:

- „SQF20 – Schlüsselqualifikationen für Studium und Beruf“
- „DIT42 – Management der digitalen Transformation in der Praxis I: Digitale Motivation“
- „WIN21 – Grundlagen und Anwendungen der Wirtschaftsinformatik“
- „MKG23 – Grundlagen des Marketingmanagements“ (dieses Modul gilt im vorher betrachteten Studiengang als Modul der Profilierungsrichtung BWL im dritten Semester)
- „MAT25 – Wirtschaftsmathematik“ sowie
- „DBA23 – Datenbanken“

Es folgt das zweite Semester mit den Modulen:

- „DIT 43 – Management der digitalen Transformation in der Praxis II: Tools und Services“
- „MKG53 – Marketing 4.0 inklusive Social Media“ (dieses Modul ist nicht Teil der Plattform im oben betrachteten Studiengang)
- „WEB40 – Projekt Web-Business: Grundlagen und praktische Anwendungen der Webprogrammierung“
- „WIN33 – Oberflächen und Usability“ (dieses Modul kommt weder in der Plattform noch an anderer Stelle des oben betrachteten Studiengangs vor; fraglich ist, ob mit den vorher belegten Modulen die für dieses Modul notwendige Voraussetzung ‚Kenntnisse zu Einsatzbereichen und Anwendergruppen von Web-Anwendungen‘ gegeben ist) sowie
- „PER25 – Grundlagen des Personalmanagements“ (dieses Modul ist im oben betrachteten Studiengang nicht Teil der Plattform, sondern Teil der Profilierungsrichtung BWL)

Anders als im oben betrachteten Studiengang sind zudem die folgenden Module nicht Teil der Plattform im zweiten Semester: „DIT60 – Digitale Geschäftsmodelle“ sowie „IUF22 – Investition und Finanzierung“ und „UFU21 – Innovation und Entrepreneurship“.

In der Profilierungsrichtung BWL schließt sich das dritte Semester mit folgenden Modulen an:

- „DIT44 – Management der digitalen Transformation: Theoretische Grundlagen“
- „INT21 – Grundlagen des E-Business“ (dieses Modul ist im oben betrachteten Studiengangs statt für das dritte für das erste Semester vorgesehen)
- „MKG54 – Grundlagen des Onlinemarketing“ (dieses Modul ist nicht Teil der Profilierungsrichtung im oben betrachteten Studiengang)

- „DIT46 – Digital Start-Up Management (Planspiel)“
- „IUF22 – Investition und Finanzierung“ und
- „UFU21 – Innovation und Entrepreneurship“.

Das hier – anders als im oben betrachteten Studiengang – nicht vorgesehene Modul „DIT45 – Digitale Kollaboration: Plattform- und Crowdfhänomene“ wird erst in einer der Vertiefungen im fünften bzw. sechsten Semester (Vertiefung Digital Business) angeboten. Dies vermittelt den Eindruck einer unklaren Zuordnung des Moduls im Kontext des kontinuierlichen Kompetenzerwerbs über den Studienverlauf; ähnliche Eindrücke hinterließen auch andere Module in beiden Studiengängen (vgl. Abschnitt 3.2).

Auch Englisch (Modul „ENC13 – English for professional purposes C1“) ist in diesem Studiengang nicht im Rahmen der Profilierungsrichtung BWL, sondern erst im vierten Semester überraschenderweise und wenig überzeugend im Rahmen des namensgebenden Schwerpunkts vorgesehen. Im vierten Semester sind weiterhin die Module „ORG63 – Organisation und IT“, „STA23 – Statistik“, „DIT48 – Fallstudien im digitalen Marketing“, „UFU43 – Phasenorientiertes Management und Organisation“ sowie „PWS40 – Projektwerkstatt“ vorgesehen. Dieses Semester unterscheidet sich vom 4. Semester des oben betrachteten Studiengangs überwiegend im Hinblick auf die bearbeiteten Fallstudien und den Austausch des Moduls „DIT47 – Management disruptiver Innovationen“ durch das Englischmodul sowie die Inhalte der Projektwerkstatt. Von einem namensgebenden Schwerpunkt kann daher insbesondere in diesem Studiengang nur eingeschränkt die Rede sein. Die Konzeption dieses namensgebenden Schwerpunkts sollte daher in Hinblick auf die inhaltliche Schwerpunktsetzung und den Studiengangstitel überdacht werden.

Insgesamt ist die unterschiedliche thematische Schwerpunktsetzung der beiden Studiengänge in den ersten vier Semestern nachvollziehbar und sinnvoll. Irritierend ist jedoch bezüglich des Studiengangsaufbaus in beiden Studiengängen, dass die Hochschule einen identischen Studienverlauf für die ersten drei Semester (Plattform und Profilierungsrichtung) postuliert, dieses Postulat jedoch nicht durchgängig einhält sowie teilweise Module aus Plattform und Profilierungsrichtung in das vierte Semester – den namensgebenden Schwerpunkt – nimmt bzw. von dort vorzieht. Dies kann fachlich bzw. im Studiengangskonzept begründet sein, aus Gutachtersicht ist diese Konzeption jedoch wenig nachvollziehbar. Hinzu kommt, dass die in den studiengangsrelevanten Unterlagen festgelegte Modulabfolge aus Sicht der Hochschule nicht verbindlich ist, Studierende also Module in einer anderen Reihenfolge belegen können. Hierzu werden sie auch von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der AKAD Hochschule beraten; trotzdem sehen die Mitglieder der Gutachtergruppe die postulierte fehlende Verbindlichkeit der Modulabfolgen mit Sorge, insbesondere im Hinblick auf einen schrittweisen Aufbau von Kompetenzen über den Studienverlauf (s. hierzu auch Abschnitt 2.3).

Im fünften und sechsten Semester des Studiengangs „Digital Marketing & Social Media“ (B.A.) werden zwei der fünf möglichen Vertiefungen „Social Media Marketing und Digitale Markenführung“, „Suchmaschinenmarketing“, „Digital Service“, „Datenanalyse und Visualisierung“ sowie „Digital Business“ (insgesamt 30 ECTS-Punkte) belegt. Diese passen gut zum Titel und zur Zielsetzung des Studiengangs und ermöglichen attraktive Möglichkeiten des Wissens- und Kompetenzerwerbs im Hinblick auf die angestrebten Qualifikationen der zukünftigen Absolventinnen und Absolventen. Diese können im Projekt (20 ECTS-Punkte) und in der Abschlussprüfung (10 ECTS-Punkte) weiter ausgebaut werden. Allerdings wäre es wichtig, in Modul MKG58 der Vertiefung „Social Media Marketing und Digitale Markenführung“ die Funktionsweise von sozialen Medien etwa am Beispiel von Facebook, YouTube, Twitter, LinkedIn oder XING genau zu erläutern und die Inhalte regelmäßig anzupassen und zu aktualisieren. Im Modul „MKM61 – Strategien und Instrumente des Suchmaschinenmarketing“ könnten noch – ebenso wie im Modul WIN21 und STA23 beider Studiengänge – Grundlagen zum „Machine Learning“ integriert werden.

Der Wahlmodulbereich entspricht einer Vertiefung im fünften und sechsten Leistungssemester im Umfang von 30 ECTS-Punkten; alle weiteren Module im Umfang von 150 ECTS-Punkten sind Pflichtmodule. Das Verhältnis ist angemessen.

Auffällig ist jedoch – und auch dies gilt für beide Studiengänge –, dass zwar im Hinblick auf die anvisierten Berufsziele mehrheitlich auf Projektarbeit Bezug genommen wird (vier von sieben Bullet Points), Projektmanagement jedoch – abgesehen von der praktischen Anwendung des Projektmanagements in der Projektwerkstatt – nicht in den jeweiligen Curricula vorgesehen ist. Auch vor dem Hintergrund, dass die Studierenden in beiden Studiengängen für das Schnittstellenmanagement in Unternehmen qualifiziert werden sollen, ist dies unabdingbar. Daher kommen die Mitglieder der Gutachtergruppe zu dem Schluss, dass Projektmanagement und agile Methoden im Curriculum verankert werden müssen. Dies könnte entweder mit der Einrichtung eines jeweils eigenen Moduls oder aber der Integration des Themas bspw. in die Module SQF20 oder ORG63 erfolgen. Letzteres würde die Aufnahme des Themas Projektmanagement und agile Methoden in die jeweiligen Modulbeschreibungen sowie die Erstellung bzw. Nutzung bereits für andere Studiengänge vorliegender, entsprechender Studienbriefe implizieren.

Praktische Studieninhalte sind generell im Studiengang vorgesehen. Module wie WEB40, DIT46, MKG57, PWS40 oder das Projekt im fünften Leistungssemester enthalten solche praktischen Studieninhalte. Das Projekt ist mit 20 ECTS-Punkten gleichzeitig das Modul mit den meisten ECTS-Punkten im Studium.

Die wichtigsten inhaltlichen Aspekte eines so betitelten Studiengangs sind im hier zur Akkreditierung anstehenden Studiengang enthalten. Daher passen die Studieninhalte auch gut zu dem Studienziel. Um fundiert eine Aussage treffen zu können, inwieweit die Studieninhalte zu der Be-

zeichnung des Studienganges passen, fehlen derzeit noch wichtige Informationen. Das Modulhandbuch hat aktuell noch viele Lücken und Inkonsistenzen, und die Studienbriefe liegen mehrheitlich noch nicht vor (vgl. auch 3.3).

Der Studiengang „Digital Marketing & Social Media“ (B.A.) ist jedoch hoch aktuell und trifft auf einen derzeit nicht befriedigten Bedarf in der Wirtschaft. Daher begrüßt die Gutachtergruppe ausdrücklich dieses neue Studienangebot. Die hier aufgeführten Monita sind behebbar.

### **2.3. Fazit**

Die Studiengangsmodule sind, wie oben ausgeführt, mit wenigen Ausnahmen so konzipiert, dass die Studiengangsziele erreicht werden können.

Jedoch sollte die generelle Konzeption im Hinblick auf Modulvoraussetzungen, die Nutzung von Modulen in verschiedenen Studiengängen zu unterschiedlichen Zeitpunkten (Studieneingangs-, Schwerpunkt- bzw. Vertiefungsphase), die postulierte freie Wählbarkeit der Modulabfolge sowie auch das postulierte Y-Modell (Plattform plus zwei alternative Profilierungsrichtungen) seitens der AKAD Hochschule weiter überdacht und gegebenenfalls Anpassungen vorgenommen werden. Die konkrete Studiengangskonzeption wird dadurch im Fall der hier betrachteten beiden Studiengänge nicht in bedenklicher Weise tangiert, die Gutachtergruppe empfiehlt jedoch, dieses Thema zukünftig verstärkt in den Blick zu nehmen, um auch die Kohärenz der Modulkonzeption zwischen Studiengängen zu erhöhen. Die Gutachtergruppe würde auch eine kohärentere Konzeption der Studiengänge in der Hinsicht befürworten, dass sich die in den studiengangsrelevanten Unterlagen festgelegte Konzeption mit der in der Selbstdokumentation formulierten und an die Gutachtergruppe kommunizierten Konzeption deckt.

## **3. Übergreifende Aspekte zum Konzept der Studiengänge**

### **3.1. Zugangsvoraussetzungen**

Nach Angaben der Hochschule gelten als Zugangsvoraussetzungen „(...) die allgemeinen Zugangsvoraussetzungen nach § 58 Gesetz über die Hochschulen in Baden-Württemberg (Landeshochschulgesetz). Aufgrund des Medien- und Methodenverbundes gibt es keine Beschränkung der Studierendenzahlen; der Fernstudienanteil ist grundsätzlich für beliebig große Studierendengruppen durchzuführen“. Laut § 3 Abs. 2 der Studien- und Prüfungsordnung für den Studiengang „Innovationsmanagement und digitale Geschäftsmodelle“ (B.A.) werden „darüber hinaus (...) die folgenden Vorkenntnisse empfohlen: a) sichere Mathematikkenntnisse auf dem Niveau der Hochschulzugangsberechtigung, b) Sprachkenntnisse in Englisch auf der Niveaustufe B2 des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens für Sprachen“. Für den Studiengang „Digitales Marketing

& Social Media“ (B.A.) gelten dieselben Zugangsvoraussetzungen. In beiden Studiengängen können laut der jeweiligen Studien- und Prüfungsordnungen „im Rahmen des Propädeutikums (...) fehlende der in Abs. 2 genannten empfohlenen Vorkenntnisse studienbegleitend erworben werden“. Die Lissabon-Konvention sowie die Verfahrensregeln zur Anerkennung außerhochschulischer Leistungen sind in § 6 der Allgemeinen Studien- und Prüfungsordnung abgebildet.

### **3.2. Modularisierung und Arbeitsbelastung**

Beide Studiengänge sind vollständig modularisiert und mit einem Leistungspunktesystem nach ECTS versehen. Die Anzahl der Arbeitsstunden pro ECTS-Punkt ist in § 1 Abs. 9 der Allgemeinen Studien- und Prüfungsordnung ausgewiesen.

Die Größe der Module in beiden Studiengängen ist angemessen und beträgt meist fünf ECTS-Punkte. Nachvollziehbare Ausnahmen sind das Modul „WEB40 – Projekt Web-Business“ mit zehn ECTS-Punkten sowie das Modul „Projekt“ mit 20 ECTS-Punkten, welche jeweils in beiden Studiengängen vorgesehen sind. Die Studiengänge fokussieren als Fernstudiengänge überwiegend auf Selbstlernzeiten, die jedoch durch einzelne Präsenzzeiten und durch synchrone Online-Seminare sowie Online-Tutorien angemessen ergänzt werden.

Die Modulhandbücher weisen jeweils einige Schwächen auf, die behoben werden müssen.

So werden etwa, wie oben ausgeführt, die Voraussetzungen für die Belegung von Modulen nicht durchgängig überzeugend angegeben. Etwa wird bei benannten Voraussetzungen nicht explizit auf einzelne Module verwiesen (vgl. etwa 2.2.2). Das dürfte es insbesondere für Studierende schwierig machen, die notwendigen Voraussetzungen deuten zu können. Hierzu ein Beispiel: im Modul „IUF22 – Investition und Finanzierung“ – werden als Voraussetzungen „Grundlagen der allgemeinen BWL“ genannt. Ein entsprechendes Modul ist im Studiengang „Digital Marketing & Social Media“ (B.A.) jedoch nicht vorgesehen. Auf Nachfrage teilten die Lehrenden mit, dass man sich bewusst gegen ein Modul Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre entschieden habe; dieses sei etwa im Studiengang „BWL – Digital Transformation“ (B.A.) integriert. Die Angabe der genannten Voraussetzung sei auf einen Übertragungsfehler zurückzuführen und würde korrigiert. Dies ist aus Gutachtersicht jedoch problematisch, da das Modul IUF22 auch in anderen Studiengängen eingesetzt wird, in denen teilweise vorher Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre gelegt werden. Eine Entfernung der Voraussetzung im Modul IUF22 in diesem Studiengang würde dazu führen, dass das gleiche Modul einmal mit und einmal ohne Voraussetzungen studiert werden kann. Gleiches gilt für die Module: DBA23, WEB40, PER25, INT21, MKG54, ORG63 sowie UFU43. Daher müssen in den Modulbeschreibungen korrekte und konkrete Angaben zu angemessenen, modulbezogenen und studiengangübergreifend praktikablen Modulvoraussetzungen gemacht werden.

Ebenfalls ist die inhaltliche Beschreibung der Module, was die Detailliertheit angeht, sehr unterschiedlich. Während einzelne Module mit nur wenigen Bullet Points beschrieben werden (den eigentlichen Überschriften zu noch zu ergänzenden Inhalten), sind die meisten Modulbeschreibungen sehr ausführlich. Dies betrifft die Module DIT42 und DIT43 im Studiengang „Digital Marketing & Social Media“ (B.A.) sowie zusätzlich das Modul LPM76 im Studiengang „Innovationsmanagement und digitale Geschäftsmodelle“ (B.A.). Daher müssen die Inhalte der Module DIT42 und DIT43 im Studiengang „Digital Marketing & Social Media“ (B.A.) sowie zusätzlich des Moduls LPM76 im Studiengang „Innovationsmanagement und digitale Geschäftsmodelle“ (B.A.) ausführlicher dargelegt werden.

Auch werden in einzelnen Modulen keine Studienleiter (d.h. Modulverantwortlichen) genannt. Dies sollte nachgeholt werden. Hilfreich wäre für Studierende auch, wenn die Module in Modulübersichten graphisch als eher wirtschafts- oder technikorientiert ausgewiesen werden könnten.

Einigen Modulen im Studiengang „Digital Marketing & Social Media“ (B.A.) fehlt der Bezug zum Studiengangstitel und insbesondere zum Begriff Social Media. Als Beispiel kann das Modul „PER25 – Grundlagen des Personalmanagements“ dienen. Durch das Aufkommen von Social Media hat sich auch das Personalmanagement deutlich verändert. Portale wie XING oder LinkedIn gehören heute zum Standardrepertoire im Personalmanagement. Zumindest in der inhaltlichen Beschreibung muss ersichtlich sein, dass ein Bezug zu Social Media besteht. Den Studierenden könnte man dadurch auch deutlich besser verständlich machen, warum dieses Modul für den Studiengang von Bedeutung ist. In ähnlicher Form gilt das Monitum auch für folgende Module: WIN21, MAT25, IUF22, ORG23. In den Inhaltsbeschreibungen der Module PER25, WIN21, MAT25, IUF22 und ORG23 muss daher ein Bezug zu Social Media hergestellt werden.

Im Studiengang „Innovationsmanagement und digitale Geschäftsmodelle“ (B.A.) lassen die praxisorientierten Module DIT42, DIT43 und DIT44 darauf schließen, dass hier Inhalte aus einem anderen Studiengang übernommen wurden. Hier sollte in den Modulbeschreibungen der konzeptionell-inhaltliche Bezug zu den Qualifikationszielen und angestrebten Kompetenzbereichen im Studiengang „Innovationsmanagement und digitale Geschäftsmodelle“ (B.A.) deutlicher herausgearbeitet werden.

Die Studiengänge sind in Bezug auf die studentische Arbeitsbelastung und die Studienplangestaltung studierbar.

### **3.3. Lernkontext**

Im Vordergrund des medienbasierten modularen Fernstudienangebots der AKAD Hochschule steht der individuelle Lernprozess der (überwiegend berufstätigen) Studierenden. Besondere Instrumente zur Realisierung des Fernstudienangebots sind:

- ein jederzeitiger, flexibler Studienbeginn

- individuell gestaltbare Studienrhythmen in modularisierten Leistungssemestern
- eine individuelle Aktivierung der Module
- die individuelle Studienzeitverlängerung
- keine Zuordnung zu festen Kohorten (individuelle Wahl der synchronen Veranstaltungen: Präsenzseminare, Online-Seminare und -Tutorien, Gruppenarbeiten)
- Wahl der Klausurtermine (4 Angebote je Modul pro Jahr) und -orte sowie die Wahl zwischen sequenzieller oder paralleler Bearbeitung von Modulen.

Jedes Modul besteht aus individuellen (bzw. auch kollaborativen) Selbstlernphasen, in denen Wissen über Studienbriefe vermittelt wird, ergänzt um online verfügbare Materialien (z.B. Übungen, Selbsttests, Musterlösungen zu den integrierten Aufgaben, Einsendeaufgaben) sowie asynchrone und synchrone tutorielle Lernprozessbegleitung (Online-Tutorien).

Das Studienangebot basiert auf dem seitens der AKAD Hochschule dokumentierten „Neuen Studienmodell“, welches der modularen Konfiguration der Fernstudiengänge ihren Lernkontext und didaktischen Rahmen gibt. Das Studienmodell ist studiengangübergreifend und gilt für alle Studiengänge der AKAD Hochschule. Es wird in den drei Schools durch die verantwortlichen Studiendekane in Abstimmung mit dem zentral für didaktische Fragen zuständigen Institut IDEA (Institute for Digital Expertise and Assessment) bereichsspezifisch umgesetzt. Hierzu informiert die Hochschule: „Zentrale Elemente des Fernstudiums bei AKAD sind [...] die didaktisch hochwertigen und für eine effiziente Wissensvermittlung aufbereiteten Lernmaterialien (Studienbriefe, Online-Einheiten), die in der Regel modulbezogenen Seminare, die tutorielle (modulbezogene) Unterstützung und eine organisatorische Beratung/Betreuung durch eine Serviceeinheit sowie die Einrichtung von mehreren Seminar-/Prüfungszentren in Deutschland“.

2014 löste die auf Web 2.0-Technologien basierende, eigenentwickelte Plattform „AKAD Campus“ ein vorheriges Lernmanagementsystem ab. Dabei handelt es sich um eine Eigenprogrammierung der Hochschule mit Hilfe eines externen Programmierdienstleisters. Der AKAD Campus setzt die didaktischen Elemente des Studienmodells systemseitig um und wird stetig weiterentwickelt; ein Relaunch erfolgte im Mai 2018. Der Campus verzahnt die Unterstützung der individuellen und kollaborativen Lernprozesse mit administrativen Serviceleistungen (z.B. Verlinkung von Online-Lerneinheiten, individuelle An-/Abmeldung und Verwaltung von Veranstaltungs- und Prüfungsterminen) und dient somit als Lehr- und Lernplattform sowie u.a. dem Prüfungsmanagement. Verschiedene Ansichten für Lehrende und Studierende sind in einem Rechte-/Rollenkonzept hinterlegt. Die Inhalte sind konfigurierbar und individualisierbar, so dass jede Rolle exakt die für sie relevanten Inhalte angezeigt bekommt und bearbeiten kann. Über den AKAD Campus werden somit sowohl Inhalte (Vorlesungsvideos, Studienbriefe, Lehrmaterial) verteilt als auch Online-Prüfungen abgehalten.



Zentrales didaktisches Konzept ist der Inverted Classroom (seitens der AKAD Hochschule auch als Reversed Blended Learning bezeichnet), der bei der Wissensvermittlung auf die asynchrone, selbstgesteuerte und selbständige Arbeit der Studierenden fokussiert. Dies wird unterstützt durch didaktisch sorgfältig aufbereitete Studienbriefe und ergänzende Online-Materialien wie Musterklausuren und Prüfungscoachings, Online-Übungen, Videos oder WBTs. Beim Üben und Anwenden sowie beim Transfer kommen hingegen synchrone Elemente wie Seminare, Workshops und Präsenz- und Online-Tutorien mit Unterstützung durch Lehrende und, wo sinnvoll, Gruppenarbeit zum Einsatz.

Die im Studienmodell und seiner Umsetzung im AKAD Campus hinterlegten didaktischen Konzepte weisen eine für Fernstudiengänge hohe und sinnvolle Varianz mit abgestimmten asynchronen und synchronen, individuellen und kollaborativen Elementen auf. Sie unterstützen die Ausbildung berufsadäquater Handlungskompetenzen bei den Studierenden.

Ein wichtiges Instrument für ein Fernstudium bilden die Studienbriefe. Die Studienbriefe, die den Kern des Studiengangs „Digital Marketing & Social Media“ (B.A.) betreffen – d.h. einen Bezug zu der Bezeichnung des Studiengangs haben – lagen zum Zeitpunkt der Vor-Ort Begehung nicht vor. Vor Ort wurde mitgeteilt, dass die Modulverantwortlichen jeweils feststehen und die Studienbriefe in Auftrag gegeben wurden; die Studienbriefe für das erste Semester liegen vor, die für das zweite Semester sollen in etwa zehn bis elf Monaten (also im April bzw. Mai 2019) vorliegen. Die Gutachterinnen und Gutachter sehen dies kritisch, da der Zeitraum bis zur Fertigstellung der Studienbriefe für das zweite und die folgenden Semester knapp bemessen ist. Daher ist sicherzustellen, dass die für den jeweiligen Studienabschnitt fachspezifischen Studienbriefe rechtzeitig erstellt werden.

Der Bereich Social Media ist zudem sehr schnelllebig und unterliegt rasanten Veränderungen. Da etwa in den letzten beiden Jahren das Netzwerk „Instagram“ enorm an Bedeutung gewonnen hat, stellt dies eine besondere Herausforderung für die Überarbeitung der Studienbriefe sowie auch für die Elemente der Lehre, die im direkten Austausch zwischen Lehrenden und Studierenden erfolgen.

### **3.4. Prüfungssystem**

Die Studien- und Prüfungsordnungen wurden einer Rechtsprüfung unterzogen und verabschiedet. Die Prüfungen sind modulbezogen und grundsätzlich an den in den Modulbeschreibungen adressierten Kompetenzarten (Wissensverbreiterung, Wissensvertiefung, Instrumentale Kompetenz, Systemische Kompetenz und Kommunikative Kompetenz) orientiert. Eine ausreichende Varianz an Prüfungsformen trägt den unterschiedlichen Qualifikationszielen Rechnung. Prüfungsdichte und Prüfungsorganisation tragen durch die individuelle Studienganggestaltung angemessen zur Studierbarkeit bei. Prüfungsarten sind mündliche Prüfungen, Klausuren oder sonstige schriftliche Prüfungen (Assignment, Projektbericht), Wissenschaftliche Arbeiten (Abschlussarbeit

und studienabschließende mündliche Prüfung; vgl. § 9 Abs. 1 des Allgemeinen Teils der Studien- und Prüfungsordnung). Prüfungsdichte und -organisation sind angemessen und tragen zur Studierbarkeit bei.

### **3.5. Fazit**

Das Konzept der Studiengänge ist insgesamt geeignet, die Studiengangsziele zu erreichen. Die Studiengänge erfüllen die Anforderungen des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse.

## **4. Implementierung**

### **4.1. Ressourcen**

Die notwendigen Ressourcen und organisatorischen Voraussetzungen sind weitestgehend gegeben, um das Studiengangskonzept zielgerichtet umzusetzen; es existieren Überlappungen mit anderen Studiengängen, und die externen Dozenten sind ebenfalls stark in die Kommunikation mit den Studierenden eingebunden. Eine große Belastung liegt jedoch auf dem Studiengangsleiter; dies ist der Hochschule bewusst; eine ausgeglichene Belastung des Lehrpersonals wäre wünschenswert. Denkbar wäre etwa, dass Lehrende nur die ihrer Denomination entsprechenden Module verantworten. Generell versucht die Hochschule zudem, ihren Personalstamm zu erweitern.

Die Hochschule verfügt neben ihrem soliden Personalstamm über einen Pool langjähriger erfahrener Dozentinnen und Dozenten, die entsprechend dem aktuellen Bedarf für die Durchführung von Lehraufgaben verpflichtet werden. Es gibt ein Punktesystem für das Lehrdeputat, das einmal pro Jahr evaluiert wird.

Die Lehr- und Prüfungsaufgaben werden auf interne wie externe Ressourcen verteilt. Aufgrund der flexiblen Skalierbarkeit kann die AKAD Hochschule Stuttgart sehr kurzfristig und bedarfsorientiert agieren.

Viele der angebotenen Module werden auch in anderen Studiengängen angeboten. Dadurch ist eine Verflechtung der Studiengänge untereinander gegeben.

Die Aussagen der befragten Studierenden bestätigen ein günstiges Betreuungsverhältnis und eine qualitativ hochwertige gute Betreuung, die etwa auch eine schnelle Reaktionszeit auf Fragen der Studierenden impliziert.

Da sich die AKAD Hochschule überwiegend über Studiengebühren finanziert, sind hierdurch die finanziellen Ressourcen zur Durchführung der Studienangebote gegeben.

Die räumliche Infrastruktur ist ansprechend und ausreichend für die vergleichsweise geringen Präsenzzeiten der Studierenden. Die Bibliothek ist für eine Fernhochschule umfangreich ausgestattet.

## **4.2. Entscheidungsprozesse, Organisation und Kooperation**

### 4.2.1 Organisation und Entscheidungsprozesse

Die Zuständigkeit und Entscheidungsprozesse im Hinblick auf die Studiengangsentwicklung sind klar definiert. Die Hochschule wird durch das Rektorat geleitet, auch für den Bereich Lehre und Studium verantwortlich ist. Darunter gereiht sind die drei Schools, jeweils geführt von einem Studiendekan oder einer -dekanin. Zuständig für die operative Umsetzung der Studiengangsentwicklung sind die wissenschaftlichen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Abteilung Produktentwicklung, die von den Studiendekanen und Studiengangsleitern unterstützt werden. Weitere Einrichtungen bzw. Gremien zur Entwicklung der Studiengänge sind ein externer Praxisbeirat und intern der AKAD Campus, der school-übergreifend fungiert.

Die Studierenden werden zwecks Studienorganisation von dem Betreuerteam der AKAD Hochschule noch vor Studienbeginn bestmöglich betreut, zusätzlich stehen Tutorinnen und Tutoren sowie die jeweilige Studiengangsleitung zur Verfügung. Die Studierenden sind im Senat, dem zentralen Organ für die akademischen Selbstverwaltungsaufgaben, vertreten. Die studentischen Vertreterinnen und Vertreter werden alle zwei Jahre gewählt und haben in der Senatssitzung die Möglichkeit, Vorschläge oder Verbesserungen einzubringen, die in der Regel auch umgesetzt werden.

### 4.2.2 Kooperationen

Die AKAD Hochschule hat seit 2014 ein Kooperationsabkommen mit der California State University, Sacramento (CSUS) abgeschlossen. Diese Zusammenarbeit wird durch ein „Memorandum of Understanding“ geregelt. Derzeit gibt es Überlegungen, ein ähnliches Programm als Winter School nur für Ingenieure zu etablieren, das in Kooperation mit Universitäten in Dänemark bzw. Italien entstehen soll. Dadurch wird es Studierenden mit familiären Verpflichtungen oder mit besonderen beruflichen Erfordernissen ermöglicht, an den Wochenenden nach Hause zu fahren. Durch die spezifische Zusammensetzung des Personals der AKAD Hochschule (350 feste Externe) besteht eine große Vernetzung, die zwar nicht institutionell als Forschungskooperation auftritt, wodurch Kontakte aber informell genutzt werden können. Zusätzlich gibt es das AKAD Forum, welches als Plattform für den wissenschaftlichen und berufsbezogenen Austausch dient. Auf wissenschaftlicher Ebene gibt es Kooperationen mit den Laboren der Dualen Hochschule Baden-Württemberg, der Hochschule Pforzheim und der Fachhochschule Wedel sowie eine Kooperation mit der Leadership Kultur-Stiftung. Überdies wird den Studierenden ermöglicht, ihre Abschlussarbeiten (Bachelor, Master) in ihren Unternehmen durchzuführen und zu schreiben. Dieses wird explizit von der Hochschule unterstützt und gewollt.

### **4.3. Transparenz und Dokumentation**

Mittels vielfältiger Beratungs- und Betreuungsangebote werden allen Studieninteressierten und Studierenden die Studienanforderungen sowie die Studienorganisation transparent gemacht. Darüber hinaus ist die jeweilige Zuständigkeit der Beratung in § 3 des allgemeinen Teils der Studien- und Prüfungsordnung festgelegt. Die Befragung von anwesenden Studierenden bei der Vor-Ort-Begehung ergab, dass sie die Beratung und Unterstützung der AKAD Hochschule als angemessen erachten. Zeugnis, Urkunde, Diploma Supplement und Transcript of Records für beide Studiengänge lagen der Gutachtergruppe vor. Es sollte jedoch die aktuelle Version des Diploma Supplements verwendet werden. Der Modulkatalog liegt ebenfalls vor, muss jedoch – wie oben ausgeführt – noch vervollständigt werden. Die relative ECTS-Note wird bei Bedarf ausgegeben.

### **4.4. Geschlechtergerechtigkeit und Chancengleichheit**

Es liegen ein Gleichstellungskonzept (07/2015) zur Förderung der Geschlechtergerechtigkeit für das wissenschaftliche Personal und die Studierenden der Hochschule sowie ein jährlicher Statusbericht zum Gleichstellungskonzept vor. Im Bericht werden die Frauenquoten in den einzelnen Studiengängen und im Personalbereich aufgezeigt und mit den Werten der Vorjahre verglichen.

In § 9 Abs. des allgemeinen Teils der Studien- und Prüfungsordnung ist ein Nachteilsausgleich für Behinderte oder für den Krankheitsfall vorgesehen. Dieser erfolgt auf Antrag in Form einer Schreibzeitverlängerung im Ausmaß von 30 Minuten. Zudem gibt es die Möglichkeit, in Prüfungssituationen einen PC ohne Internetzugang zu benutzen.

Auch Barrierefreiheit ist gegeben, und es wird individuell auf Studierende eingegangen, die Unterstützung brauchen – beispielsweise in Form von barrierefreien Laboren, Verkabelung des Vortragenden bei Präsenzterminen oder Computer mit Blindenschrifttastatur. In Berufungsverhandlungen sind Gleichstellungsbeauftragte mit Stimmrecht beteiligt. Der AKAD Campus ist noch nicht vollständig barrierefrei, es wurde aber vor Ort auf Software wie Word oder Adobe Connect verwiesen, die eine Vorlesefunktion haben. Daher wird kein Fokus auf die Weiterentwicklung gelegt und ist auch aus Gutachtersicht nicht dringend notwendig.

### **4.5. Fazit**

Die notwendigen Ressourcen und organisatorischen Voraussetzungen sind gegeben, um das jeweilige Studiengangskonzept konsequent und zielgerichtet umzusetzen. Die Entscheidungsprozesse sind transparent und angemessen im Hinblick auf Konzept und Zielerreichung.

## **5. Qualitätsmanagement**

### **5.1. Organisation und Mechanismen der Qualitätssicherung**

Der Prorektor der AKAD bekleidet gleichzeitig auch das Amt des Qualitätsmanagement-Beauftragten. Er organisiert den Qualitätsmanagement-Prozess. Neben ihm sind als weitere Akteure die Studiendekane, Studiengangleiter und -leiterinnen, Studienleiter und -leiterinnen, wissenschaftliches Personal, der bzw. die Evaluationsbeauftragte und der Leiter des Instituts für eKnowledge Management am Qualitätsmanagement der AKAD Hochschule beteiligt.

Basis für das Qualitätsmanagement ist das Qualitätsmanagementhandbuch der AKAD Hochschule. Im Qualitätsmanagementhandbuch sind sämtliche Prozesse in hinreichender Transparenz für die am Qualitätsmanagement-Prozess Beteiligten abgebildet.

Es werden zahlreiche Evaluationen durchgeführt, z. B. die Studienfortschrittsanalyse, die Analyse von Immatrikulationen, Absolventinnen und Absolventen bzw. Kündigunginnen und Kündigern, die Analyse der Notenstatistik, die Studierendenbefragung, der Net Promoter Score (NPS), die Studienleiterbefragung, die Workloaderhebung und sowohl die Online- als auch die Präsenzevaluation. Die implementierten Evaluationsinstrumente sind geeignet, um die Qualität der Studiengänge sicherzustellen. Eine Workloaderhebung ist seit Mai 2018 auf Modulebene möglich. Dadurch kann auch die Übereinstimmung des realen Workloads mit den ECTS-Punkten besser überprüft werden. Mit den anvisierten Maßnahmen ist auch die Empfehlung aus der vorangegangenen Akkreditierung, das Qualitätsmanagementsystem kontinuierlich weiterzuentwickeln, um einen geschlossenen Regelkreis zu garantieren, umgesetzt.

### **5.2. Umgang mit den Ergebnissen der Qualitätssicherung**

Die Evaluationsergebnisse zum Studienmodell werden in Konferenzen (z.B. Rektorat, Senat, Studienleiterkonferenzen) diskutiert, um Maßnahmen zur Weiterentwicklung des Studienmodells abzuleiten. Die Ergebnisse der Studiengangsevaluation werden den Studiengangleitern bzw. der Evaluationskonferenz zur Verfügung gestellt, die dann etwaige Maßnahmen zur Weiterentwicklung der Lehre im jeweiligen Studiengang ableiten.

Die Evaluationsergebnisse werden an alle notwendigen Adressaten kommuniziert und in verschiedenen Gremien inhaltlich diskutiert. Eine angemessene Reflexion ist damit sichtbar.

### **5.3. Fazit**

Das implementierte Qualitätsmanagementsystem beinhaltet geeignete Methoden, Instrumente und Prozesse, um die Studiengänge hinsichtlich der Studiengangsziele, des Konzepts und dessen Implementierung angemessen zu gestalten und umzusetzen. Maßnahmen können identifiziert

und ebenfalls erfolgreich umgesetzt werden. Die Eigenheiten von Fernstudiengängen werden in angemessenem Maße berücksichtigt.

## **6. Bewertung der „Kriterien des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen“ vom 08.12.2009 in der Fassung vom 20.02.2013**

**AR-Kriterium 1 Qualifikationsziele des Studiengangskonzeptes:** Das Studiengangskonzept orientiert sich an Qualifikationszielen. Diese umfassen fachliche und überfachliche Aspekte und beziehen sich insbesondere auf die Bereiche wissenschaftliche oder künstlerische Befähigung, Befähigung, eine qualifizierte Erwerbstätigkeit aufzunehmen, Befähigung zum gesellschaftlichen Engagement und Persönlichkeitsentwicklung.

Das Kriterium ist für beide Studiengänge **erfüllt**.

**AR-Kriterium 2 Konzeptionelle Einordnung des Studiengangs in das Studiensystem:** Anforderungen in Bezug auf rechtlich verbindliche Verordnungen (KMK-Vorgaben, spezifische Ländervorgaben, Vorgaben des Akkreditierungsrates, Qualifikationsrahmen für deutsche Hochschulabschlüsse) wurden berücksichtigt.

Das Kriterium ist für beide Studiengänge **erfüllt**.

**AR-Kriterium 3 Studiengangskonzept:** Das Studiengangskonzept umfasst die Vermittlung von Fachwissen und fachübergreifendem Wissen sowie von fachlichen methodischen und generischen Kompetenzen. Es ist in der Kombination der einzelnen Module stimmig im Hinblick auf formulierte Qualifikationsziele aufgebaut und sieht adäquate Lehr- und Lernformen vor. Gegebenenfalls vorgesehene Praxisanteile werden so ausgestaltet, dass Leistungspunkte (ECTS) erworben werden können. Es legt die Zugangsvoraussetzungen und gegebenenfalls ein adäquates Auswahlverfahren fest sowie Anerkennungsregeln für an anderen Hochschulen erbrachte Leistungen gemäß der Lissabon Konvention und außerhochschulisch erbrachte Leistungen. Dabei werden Regelungen zum Nachteilsausgleich für Studierende mit Behinderung getroffen. Gegebenenfalls vorgesehene Mobilitätsfenster werden curricular eingebunden. Die Studienorganisation gewährleistet die Umsetzung des Studiengangskonzeptes.

Das Kriterium ist für beide Studiengänge **teilweise erfüllt**.

### Studiengangsübergreifend:

Der Themenbereich Projektmanagement und agile Methoden muss in den jeweiligen Curricula verankert werden.

Die Modulhandbücher müssen überarbeitet werden. In den Modulbeschreibungen müssen korrekte und konkrete Angaben zu angemessenen, modulbezogenen und studiengangsübergreifend praktikablen Modulvoraussetzungen gemacht werden. Das Modul „WIN21 – Grundlagen und Anwendungen der Wirtschaftsinformatik“ muss in Hinblick auf die in der Modulbeschreibung formulierten Lerninhalte und die Inhalte der Studienbriefe aktualisiert werden.

Es ist sicherzustellen, dass die für den jeweiligen Studienabschnitt fachspezifischen Studienbriefe rechtzeitig erstellt werden.

### Studiengang „Innovationsmanagement und digitale Geschäftsmodelle“ (B.A.):

Die Inhalte der Module DIT42, DIT43 und LPM76 müssen im Modulhandbuch ausführlicher dargelegt werden.

Studiengang „Digital Marketing und Social Media“ (B.A.):

Die Inhalte der Module DIT42 und DIT43 müssen im Modulhandbuch ausführlicher dargelegt werden.

In den Inhaltsbeschreibungen der Module PER25, WIN21, MAT25, IUF22 und ORG23 muss ein Bezug zu Social Media hergestellt werden.

**AR-Kriterium 4 Studierbarkeit:** Die Studierbarkeit des Studiengangs wird gewährleistet durch: a) die Berücksichtigung der erwarteten Eingangsqualifikationen, b) eine geeignete Studienplanung, c) die auf Plausibilität hin überprüfte (bzw. im Falle der Erstakkreditierung nach Erfahrungswerten geschätzte) Angabe der studentischen Arbeitsbelastung, d) eine adäquate und belastungsangemessene Prüfungsdichte und -organisation, e) entsprechende Betreuungsangebote sowie f) fachliche und überfachliche Studienberatung. Die Belange von Studierenden mit Behinderung werden berücksichtigt.

Das Kriterium ist für beide Studiengänge **erfüllt**.

**AR-Kriterium 5 Prüfungssystem:** Die Prüfungen dienen der Feststellung, ob die formulierten Qualifikationsziele erreicht wurden. Sie sind modulbezogen sowie wissens- und kompetenzorientiert. Jedes Modul schließt in der Regel mit einer das gesamte Modul umfassenden Prüfung ab. Der Nachteilsausgleich für behinderte Studierende hinsichtlich zeitlicher und formaler Vorgaben im Studium sowie bei allen abschließenden oder studienbegleitenden Leistungsnachweisen ist sichergestellt. Die Prüfungsordnung wurde einer Rechtsprüfung unterzogen.

Das Kriterium ist für beide Studiengänge **erfüllt**.

**AR-Kriterium 6 Studiengangsbezogene Kooperationen:** Bei der Beteiligung oder Beauftragung von anderen Organisationen mit der Durchführung von Teilen des Studiengangs, gewährleistet die Hochschule die Umsetzung und die Qualität des Studiengangskonzeptes. Umfang und Art bestehender Kooperationen mit anderen Hochschulen, Unternehmen und sonstigen Einrichtungen sind beschrieben und die der Kooperation zu Grunde liegenden Vereinbarungen dokumentiert.

Das Kriterium ist für beide Studiengänge **nicht zutreffend**.

**AR-Kriterium 7 Ausstattung:** Die adäquate Durchführung des Studiengangs ist hinsichtlich der qualitativen und quantitativen personellen, sächlichen und räumlichen Ausstattung gesichert. Dabei werden Verflechtungen mit anderen Studiengängen berücksichtigt. Maßnahmen zur Personalentwicklung und -qualifizierung sind vorhanden.

Das Kriterium ist für beide Studiengänge **erfüllt**.

**AR-Kriterium 8 Transparenz und Dokumentation:** Studiengang, Studienverlauf, Prüfungsanforderungen und Zugangsvoraussetzungen einschließlich der Nachteilsausgleichsregelungen für Studierende mit Behinderung sind dokumentiert und veröffentlicht.

Das Kriterium ist für beide Studiengänge **erfüllt**.

**AR-Kriterium 9 Qualitätssicherung und Weiterentwicklung:** Ergebnisse des hochschulinternen Qualitätsmanagements werden bei den Weiterentwicklungen des Studienganges berücksichtigt. Dabei berücksichtigt die Hochschule Evaluationsergebnisse, Untersuchungen der studentischen Arbeitsbelastung, des Studienerfolgs und des Absolventenverbleibs.

Das Kriterium ist für beide Studiengänge **erfüllt**.

**AR-Kriterium 10 „Studiengänge mit besonderem Profilspruch“:** Da es sich bei den Studiengängen um Fernstudiengänge handelt, wurden sie unter Berücksichtigung der Handreichung der AG „Studiengänge mit besonderem Profilspruch“ (Beschluss des Akkreditierungsrates vom 10.12.2010) begutachtet.

Das Kriterium ist für beide Studiengänge **erfüllt**.

**AR-Kriterium 11 Geschlechtergerechtigkeit und Chancengleichheit:** Auf der Ebene des Studiengangs werden die Konzepte der Hochschule zur Geschlechtergerechtigkeit und zur Förderung der Chancengleichheit von Studierenden in besonderen Lebenslagen wie beispielsweise Studierende mit gesundheitlichen Beeinträchtigungen, Studierende mit Kindern, ausländische Studierende, Studierende mit Migrationshintergrund, und/oder aus sogenannten bildungsfernen Schichten umgesetzt.

Das Kriterium ist für beide Studiengänge **erfüllt**.

## 7. Akkreditierungsempfehlung der Gutachtergruppe

Die Gutachtergruppe empfiehlt die Akkreditierung der Studiengänge „Innovationsmanagement und digitale Geschäftsmodelle“ (B.A.) und „Digital Marketing & Social Media“ (B.A.) mit Auflagen und Empfehlungen.

### 7.1. Allgemeine Auflagen

1. Der Themenbereich Projektmanagement und agile Methoden muss in den jeweiligen Curricula verankert werden.
2. Die Modulhandbücher müssen überarbeitet werden:
  - a. In den Modulbeschreibungen müssen korrekte und konkrete Angaben zu angemessenen, modulbezogenen und studiengangübergreifend praktikablen Modulvoraussetzungen gemacht werden.
  - b. Das Modul „WIN21 – Grundlagen und Anwendungen der Wirtschaftsinformatik“ muss in Hinblick auf die in der Modulbeschreibung formulierten Lerninhalte und die Inhalte der Studienbriefe aktualisiert werden.
3. Es ist sicherzustellen, dass die für den jeweiligen Studienabschnitt fachspezifischen Studienbriefe rechtzeitig erstellt werden.

### 7.2. Auflage im Studiengang „Innovationsmanagement und digitale Geschäftsmodelle“ (B.A.)

1. Die Inhalte der Module DIT42, DIT43 und LPM76 müssen im Modulhandbuch ausführlicher dargelegt werden.



**7.3. Auflagen im Studiengang „Digital Marketing und Social Media“ (B.A.)**

1. Die Inhalte der Module DIT42 und DIT43 müssen im Modulhandbuch ausführlicher dargestellt werden.
2. In den Inhaltsbeschreibungen der Module PER25, WIN21, MAT25, IUF22 und ORG23 muss ein Bezug zu Social Media hergestellt werden.

#### IV. Beschluss/Beschlüsse der Akkreditierungskommission von ACQUIN<sup>1</sup>

##### 1. Akkreditierungsbeschluss

Auf der Grundlage des Gutachterberichts, der Stellungnahme der Hochschule und der Stellungnahme des Fachausschusses fasste die Akkreditierungskommission in ihrer Sitzung am 24. September 2018 folgenden Beschluss:

**Die Studiengänge werden mit folgenden allgemeinen und zusätzlichen Auflagen akkreditiert:**

##### Allgemeine Auflagen

- **Der Themenbereich Projektmanagement und agile Methoden muss in den jeweiligen Curricula verankert werden.**
- **Die Modulhandbücher müssen überarbeitet werden:**
  - **In den Modulbeschreibungen müssen korrekte und konkrete Angaben zu angemessenen, modulbezogenen und studiengangübergreifend praktikablen Modulvoraussetzungen gemacht werden.**
  - **Das Modul „WIN21 – Grundlagen und Anwendungen der Wirtschaftsinformatik“ muss in Hinblick auf die in der Modulbeschreibung formulierten Lerninhalte und die Inhalte der Studienbriefe aktualisiert werden.**
- **Die Hochschule muss darlegen, wie sichergestellt wird, dass der Ablaufplan für die Lernmittel-Neuerstellung eingehalten werden kann, so dass die für den jeweiligen Studienabschnitt fachspezifischen Studienbriefe rechtzeitig vorliegen.**

##### Allgemeine Empfehlungen

- Die Hochschule sollte das generelle Studienmodell im Hinblick auf die Verbindlichkeit des Plattformkonzepts und der Profilierungsrichtungen für die jeweiligen Curricula, die Konse-

---

<sup>1</sup> 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.

quenzen und möglichen Nachteile der freien Wählbarkeit der Modulabfolge für die Studierenden sowie die Konsistenz des Studienmodells auf Voraussetzungen zur Modulteilnahme überdenken und gegebenenfalls Anpassungen vornehmen.

- Das Modul STA23 sollte zu einem früheren Zeitpunkt im Curriculum vorgesehen werden.
- Es sollte die aktuelle Version des Diploma Supplements verwendet werden.

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

Umformulierung von Auflagen (hier ursprüngliche Formulierung)

- Es ist sicherzustellen, dass die für den jeweiligen Studienabschnitt fachspezifischen Studienbriefe rechtzeitig erstellt werden.

Begründung:

Die Auflage in der vorliegenden Form erfüllt – da die Frist zur Auflagenerfüllung in naher Zukunft liegt – nicht den Zweck, sicherzustellen, dass in den kommenden Semestern die dann jeweils erforderlichen Studienbriefe vorliegen. Das in der ursprünglichen Auflage formulierte Monitum der Gutachtergruppe, dass bisher nicht alle Studienbriefe für die beiden Studiengänge vorliegen, modifiziert die Akkreditierungskommission in der umformulierten Auflage mit einem Schwerpunkt darauf, dass die Hochschule klarstellen muss, wie sie es sichergestellt, dass der (zeitliche) Ablaufplan für die Lernmittel-Neuerstellung eingehalten werden kann.

### **Innovationsmanagement und digitale Geschäftsmodelle (B.A.)**

**Der Bachelorstudiengang „Innovationsmanagement und digitale Geschäftsmodelle“ (B.A.) wird mit folgender zusätzlichen Auflage akkreditiert:**

- **Die Inhalte der Module DIT42, DIT43 und LPM76 müssen im Modulhandbuch ausführlicher dargelegt werden.**

**Die Akkreditierung ist befristet und gilt bis 31. März 2020.**

**Bei Feststellung der Erfüllung der Auflagen durch die Akkreditierungskommission nach Vorlage des Nachweises bis 24. Juli 2019 wird der Studiengang bis 30. September 2023 akkreditiert. Bei mangelndem Nachweis der Auflagenerfüllung wird die Akkreditierung nicht verlängert.**

**Falls die Hochschule zu der Einschätzung gelangt, dass die Auflagen nicht innerhalb von neun Monaten behebbar sind, kann das Akkreditierungsverfahren nach Stellungnahme**

**der Hochschule für eine Frist von höchstens 18 Monaten ausgesetzt werden. Diese Stellungnahme ist bis 24. November 2018 in der Geschäftsstelle einzureichen.**

Für die Weiterentwicklung des Studienprogramms werden folgende Empfehlungen ausgesprochen:

- In den Modulbeschreibungen der Module DIT42, DIT43 und DIT44 sollte der konzeptionell-inhaltliche Bezug zu den Qualifikationszielen und angestrebten Kompetenzbereichen des Studiengangs deutlicher herausgearbeitet werden.
- Das Modul „IMG 40 – Informationsmanagement“ sollte inhaltlich zeitgemäßer gestaltet und sein Stellenwert im Studiengang sollte überdacht werden.

### **Digital Marketing & Social Media (B.A.)**

**Der Bachelorstudiengang „Digital Marketing & Social Media“ (B.A.) wird mit folgender zusätzlichen Auflage akkreditiert:**

- **Die Inhalte der Module DIT42 und DIT43 müssen im Modulhandbuch ausführlicher dargelegt werden.**

**Die Akkreditierung ist befristet und gilt bis 31. März 2020.**

**Bei Feststellung der Erfüllung der Auflagen durch die Akkreditierungskommission nach Vorlage des Nachweises bis 24. Juli 2019 wird der Studiengang bis 30. September 2023 akkreditiert. Bei mangelndem Nachweis der Auflagenerfüllung wird die Akkreditierung nicht verlängert.**

**Falls die Hochschule zu der Einschätzung gelangt, dass die Auflagen nicht innerhalb von neun Monaten behebbar sind, kann das Akkreditierungsverfahren nach Stellungnahme der Hochschule für eine Frist von höchstens 18 Monaten ausgesetzt werden. Diese Stellungnahme ist bis 24. November 2018 in der Geschäftsstelle einzureichen.**

Für die Weiterentwicklung des Studienprogramms werden folgende Empfehlungen ausgesprochen:

- Die Konzeption des namensgebenden Schwerpunkts im vierten Semester sollte in Hinblick auf die inhaltliche Schwerpunktsetzung und den Studiengangstitel überdacht werden.
- In der Inhaltsbeschreibung des Moduls ORG63 sollte ein expliziter Bezug zu Social Media hergestellt werden.

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

Änderung von Auflage zu Empfehlung (hier ursprüngliche Formulierung)

- In der Inhaltsbeschreibung des Moduls ORG63 sollte ein expliziter Bezug zu Social Media hergestellt werden.

Begründung:

Die Akkreditierungskommission folgt der Bewertung des Fachausschusses, dass im Bereich des Personalmanagements Social Media vor allem für die Personalbeschaffung (Recruiting) von Bedeutung sind; das Lernmittel ANS601 geht im Abschnitt 5.2.3 auf die Bedeutung von Social Media ein. In den anderen Modulen besteht angesichts deren jeweiligem Grundlagencharakter keine Notwendigkeit, eine spezifische Beziehung zu Social Media herzustellen. Im Bereich des Moduls „Organisation und IT“ empfiehlt sich jedoch, einen expliziten Bezug zu „Social Media“ herzustellen.

## **2. Feststellung der Aufлагenerfüllung**

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 25. Juni 2019 folgenden Beschluss:

**Die Auflagen des Studiengangs „Innovationsmanagement und digitale Geschäftsmodelle“ (B.A.) sind erfüllt. Die Akkreditierung wird bis zum 30. September 2023 verlängert.**

**Die Auflagen des Studiengangs „Digital Marketing & Social Media (B.A.)“ (B.A.) sind erfüllt. Die Akkreditierung wird bis zum 30. September 2023 verlängert.**