

Akkreditierungsbericht

Programmakkreditierung – Bündelverfahren

Raster Fassung 02 – 04.03.2020

Hochschule	Hochschule für angewandte Wissenschaften Würzburg-Schweinfurt
Ggf. Standort	Würzburg

Studiengang 01	International Management			
Abschlussbezeichnung	B.A. (Bachelor of Arts)			
Studienform	Präsenz	<input checked="" type="checkbox"/>	Fernstudium	<input type="checkbox"/>
	Vollzeit	<input checked="" type="checkbox"/>	Intensiv	<input type="checkbox"/>
	Teilzeit	<input type="checkbox"/>	Joint Degree	<input type="checkbox"/>
	Dual	<input type="checkbox"/>	Kooperation § 19 MRVO	<input type="checkbox"/>
	Berufs- bzw. ausbildungsbegleitend	<input type="checkbox"/>	Kooperation § 20 MRVO	<input type="checkbox"/>
Studiendauer (in Semestern)	7			
Anzahl der vergebenen ECTS-Punkte	210			
Bei Masterprogrammen:	konsekutiv	<input type="checkbox"/>	weiterbildend	<input type="checkbox"/>
Aufnahme des Studienbetriebs am (Datum)	01.10.2016			
Aufnahmekapazität (Maximale Anzahl der Studienplätze)	Pro Semester	<input type="checkbox"/>	80	Pro Jahr <input checked="" type="checkbox"/>
Durchschnittliche Anzahl* der Studienanfängerinnen und Studienanfänger	Pro Semester	<input type="checkbox"/>	80	Pro Jahr <input checked="" type="checkbox"/>
Durchschnittliche Anzahl* der Absolventinnen und Absolventen	Pro Semester	<input type="checkbox"/>	(erste Absolventen mit Abschluss WS 2019/20) Pro Jahr	<input type="checkbox"/>
* Bezugszeitraum Studienanfängerinnen und -anfänger	WS 2016/17 – WS 2019/20			

Konzeptakkreditierung	<input type="checkbox"/>
Erstakkreditierung	<input type="checkbox"/>
Reakkreditierung Nr. (Anzahl)	1

Verantwortliche Agentur	ACQUIN e. V.
Zuständige Referentinnen und Referenten	Dr. Anne-Kristin Borszik, Lisa Stemmler, Andreas Jugenheimer
Akkreditierungsbericht vom	15.12.2020

Studiengang 02	Marken- und Medienmanagement			
Abschlussbezeichnung	M.A. (Bachelor of Arts)			
Studienform	Präsenz	<input checked="" type="checkbox"/>	Fernstudium	<input type="checkbox"/>
	Vollzeit	<input checked="" type="checkbox"/>	Intensiv	<input type="checkbox"/>
	Teilzeit	<input type="checkbox"/>	Joint Degree	<input type="checkbox"/>
	Dual	<input type="checkbox"/>	Kooperation § 19 MRVO	<input type="checkbox"/>
	Berufs- bzw. ausbildungsbegleitend	<input type="checkbox"/>	Kooperation § 20 MRVO	<input type="checkbox"/>
Studiendauer (in Semestern)	3			
Anzahl der vergebenen ECTS-Punkte	90			
Bei Masterprogrammen:	konsekutiv	<input checked="" type="checkbox"/>	weiterbildend	<input type="checkbox"/>
Aufnahme des Studienbetriebs am (Datum)	01.10.2007			
Aufnahmekapazität (Maximale Anzahl der Studienplätze)	Pro Semester	<input type="checkbox"/>	30	Pro Jahr <input checked="" type="checkbox"/>
	Durchschnittliche Anzahl* der Studienanfängerinnen und Studienanfänger	Pro Semester	<input type="checkbox"/>	30 Pro Jahr <input checked="" type="checkbox"/>
Durchschnittliche Anzahl* der Absolventinnen und Absolventen	14 Pro Semester	<input checked="" type="checkbox"/>		Pro Jahr <input type="checkbox"/>
* Bezugszeitraum Studienanfängerinnen und -anfänger	WS 2016/17 – WS 2019/20			
* Bezugszeitraum Absolventinnen und Absolventen	SS 2016 – SS 2019			
Konzeptakkreditierung	<input type="checkbox"/>			
Erstakkreditierung	<input type="checkbox"/>			
Reakkreditierung Nr. (Anzahl)	1			

Inhalt

Ergebnisse auf einen Blick 5

 Studiengang „International Management“ (B.A.).....5

 Studiengang „Marken- und Medienmanagement“ (M.A.)6

Kurzprofile der Studiengänge 7

 Studiengang „International Management“ (B.A.).....7

 Studiengang „Marken- und Medienmanagement“ (M.A.)8

Zusammenfassende Qualitätsbewertung des Gutachtergremiums..... 9

 Studiengang „International Management“ (B.A.).....9

 Studiengang „Marken- und Medienmanagement“ (M.A.)10

1 Prüfbericht: Erfüllung der formalen Kriterien..... 11

 Studienstruktur und Studiendauer (§ 3 MRVO).....11

 Studiengangsprofile (§ 4 MRVO).....11

 Zugangsvoraussetzungen und Übergänge zwischen Studienangeboten (§ 5 MRVO)12

 Abschlüsse und Abschlussbezeichnungen (§ 6 MRVO).....12

 Modularisierung (§ 7 MRVO)13

 Leistungspunktesystem (§ 8 MRVO)13

 Anerkennung und Anrechnung (Art. 2 Abs. 2 StAkkStV)14

2 Gutachten: Erfüllung der fachlich-inhaltlichen Kriterien 15

 2.1 Schwerpunkte der Bewertung / Fokus der Qualitätsentwicklung15

 2.2 Erfüllung der fachlich-inhaltlichen Kriterien16

 Qualifikationsziele und Abschlussniveau (§ 11 MRVO)16

 Schlüssiges Studiengangskonzept und adäquate Umsetzung (§ 12 MRVO).....18

 Curriculum (§ 12 Abs. 1 Sätze 1 bis 3 und 5 MRVO)18

 Mobilität (§ 12 Abs. 1 Satz 4 MRVO)23

 Personelle Ausstattung (§ 12 Abs. 2 MRVO).....25

 Ressourcenausstattung (§ 12 Abs. 3 MRVO)28

 Prüfungssystem (§ 12 Abs. 4 MRVO)31

 Studierbarkeit (§ 12 Abs. 5 MRVO).....34

 Besonderer Profilanspruch (§ 12 Abs. 6 MRVO).....38

 Fachlich-Inhaltliche Gestaltung der Studiengänge (§ 13 MRVO): Aktualität der fachlichen und wissenschaftlichen Anforderungen (§ 13 Abs. 1 MRVO)38

 Lehramt (§ 13 Abs. 2 und 3 MRVO)40

 Studienerfolg (§ 14 MRVO)40

 Geschlechtergerechtigkeit und Nachteilsausgleich (§ 15 MRVO)44

 Sonderregelungen für Joint-Degree-Programme (§ 16 MRVO).....46

 Kooperationen mit nichthochschulischen Einrichtungen (§ 19 MRVO)46

 Hochschulische Kooperationen (§ 20 MRVO)46

 Besondere Kriterien für Bachelorausbildungsgänge an Berufsakademien (§ 21 MRVO).....49

3	Begutachtungsverfahren	50
3.1	Allgemeine Hinweise.....	50
3.2	Rechtliche Grundlagen.....	50
3.3	Gutachtergremium.....	50
4	Datenblatt	51
4.1	Daten zu den Studiengängen (Stand: 24.09.2020)	51
	Studiengang „International Management“ (B.A.)*	51
	Studiengang „Marken- und Medienmanagement“ (M.A.)*	53
4.2	Daten zur Akkreditierung.....	55
	Studiengang „International Management“ (B.A.) und Studiengang „Marken- und Medienmanagement“ (M.A.).....	55
5	Glossar	56
	Anhang	57

Ergebnisse auf einen Blick

Studiengang „International Management“ (B.A.)

Entscheidungsvorschlag der Agentur zur Erfüllung der formalen Kriterien gemäß Prüfbericht (Ziffer 1)

Die formalen Kriterien sind

- erfüllt
- nicht erfüllt

Entscheidungsvorschlag des Gutachtergremiums zur Erfüllung der fachlich-inhaltlichen Kriterien gemäß Gutachten (Ziffer 2)

Die fachlich-inhaltlichen Kriterien sind

- erfüllt
- nicht erfüllt

Studiengang „Marken- und Medienmanagement“ (M.A.)

Entscheidungsvorschlag der Agentur zur Erfüllung der formalen Kriterien gemäß Prüfbericht (Ziffer 1)

Die formalen Kriterien sind

erfüllt

nicht erfüllt

Entscheidungsvorschlag des Gutachtergremiums zur Erfüllung der fachlich-inhaltlichen Kriterien gemäß Gutachten (Ziffer 2)

Die fachlich-inhaltlichen Kriterien sind

erfüllt

nicht erfüllt

Das Gutachtergremium schlägt dem Akkreditierungsrat folgende Auflage vor:

- Auflage (Kriterium § 12 Abs. 1 MRVO): Die Module 02, 09 und 13 müssen dahingehend umstrukturiert werden, dass eine sinnvolle fachliche Lerneinheit hinsichtlich Kompetenzerwerb und Lernprogression ersichtlich ist und eine kompetenzorientierte Prüfung möglich ist.

Kurzprofile der Studiengänge

Studiengang „International Management“ (B.A.)

Die Hochschule für angewandte Wissenschaften Würzburg-Schweinfurt (FHWS) wurde 1971 an den beiden Standorten Würzburg und Schweinfurt gegründet, die bis heute fortbestehen. Mit rund 9.300 eingeschriebenen Studierenden und ca. 200 Professorinnen und Professoren (WS 2019/20) gehört sie zu den zahlenmäßig größten Hochschulen für angewandte Wissenschaften in Bayern.

Der Studiengang „International Management“ (B.A.) ist am Studienstandort Würzburg an der Fakultät Wirtschaftswissenschaften angesiedelt. Die Hochschule legt ihren Fokus auf Internationalisierung. Durch einen intensiven Student and Staff Exchange in beide Richtungen, Double Degree-Programme, internationale Forschungsk Kooperationen sowie die Einrichtung u. a. des rein englischsprachigen Studiengangs „International Management“ (B.A.) unterstützt die Fakultät Wirtschaftswissenschaften nach eigenen Angaben diese Zielsetzungen.

Ziel des englischsprachigen Studiengangs ist es, in praxisbezogener Lehre auf wissenschaftlicher Grundlage die fachlichen, methodischen und sozialen Kompetenzen zu erwerben, die zu verantwortlichem Handeln in Unternehmen und Gesellschaft in einem kaufmännischen oder administrativen Beruf im internationalen Kontext befähigen. Das Studium soll insbesondere die Fähigkeit vermitteln, das Management auf allen betriebswirtschaftlichen Gebieten zu unterstützen und (nach entsprechender Einarbeitung) selbst Führungsaufgaben in Wirtschaft und Verwaltung zu übernehmen oder selbstständig unternehmerisch tätig zu sein. Die Vernetzung sozialer und wirtschaftlicher Aufgaben und die zunehmend internationale Ausrichtung unternehmerischer Aktivitäten machen es dabei erforderlich, ökonomische Prozesse vor dem Hintergrund ihres gesellschaftlichen, geopolitischen und kulturellen Zusammenhangs zu erfassen.

Zur Persönlichkeitsbildung erwerben die Studierenden neben fundierten Fachkenntnissen auch soziale, sprachliche und kulturelle Kompetenzen. Lehrveranstaltungen in englischer Sprache, fakultative Auslandssemester und Kooperationen mit ausländischen Hochschulen sollen die Wettbewerbsfähigkeit auf dem internationalen Arbeitsmarkt fördern.

Die interkulturelle Kompetenz soll auch durch eine internationale Studiensituation geschaffen werden. Zielgruppe sind daher deutsche und internationale Studierende.

Studiengang „Marken- und Medienmanagement“ (M.A.)

Der konsekutive Studiengang „Marken- und Medienmanagement“ (M.A.) ist am Studienstandort Würzburg an der Fakultät Wirtschaftswissenschaften angesiedelt und setzt sich aus Absolventinnen und Absolventen eigener Bachelor-Studiengänge sowie externen Bewerberinnen und Bewerbern zusammen. Damit trägt die Fakultät Wirtschaftswissenschaften auch ihrer Zielsetzung eines medienorientierten Studienangebots Rechnung, das die Besonderheiten des Medienstandortes Würzburg aufgreift.

Ziel des Studiengangs ist es, auf Basis einer praxis- und projektorientierten Lehre auf wissenschaftlicher Grundlage die fachlichen, methodischen und sozialen Kompetenzen zu vertiefen, die zu verantwortlichem Handeln im kaufmännischen Bereich von Unternehmen befähigen, insbesondere in den Bereichen Management, Marketing, Marken und / oder Medien. Das Studium soll in erster Linie dazu befähigen, das Management bei marktgerichteten, strategischen Fragestellungen zu unterstützen und selbst Führungsaufgaben in Wirtschaft und Verwaltung zu übernehmen oder selbstständig unternehmerisch tätig zu sein. Die Vernetzung sozialer und wirtschaftlicher Aufgaben und die zunehmende mediale Transparenz unternehmerischer Aktivitäten machen es dabei erforderlich, kunden- und wettbewerbsbezogene Prozesse vor dem Hintergrund ihres technologischen, politischen, rechtlichen und soziokulturellen Zusammenhangs zu erfassen.

Die Studierenden erwerben neben fundierten Fachkenntnissen soziale und technische Kompetenzen. Fakultative Konferenz- und Unternehmensbesuche sowie optionale Auslandsaufenthalte und international vernetzte Gastredner sollen die Wettbewerbsfähigkeit auf dem internationalen Arbeitsmarkt fördern.

Zielgruppe des Studiengangs sind insbesondere Absolventinnen und Absolventen der Fachrichtungen Betriebswirtschaft, Marketingmanagement, Medienmanagement und Markenmanagement.

Zusammenfassende Qualitätsbewertung des Gutachtergremiums

Studiengang „International Management“ (B.A.)

Das Gutachtergremium konnte insgesamt einen sehr positiven Gesamteindruck gewinnen. Die Zielformulierung und curriculare Ausgestaltung des englischsprachigen Studiengangs „International Management“ (B.A.) überzeugt, wobei das Profil des Studiengangs hinsichtlich möglicher Berufs- bzw. Tätigkeitsfelder der Absolventinnen und Absolventen weiter geschärft werden sollte.

Insgesamt ist die Struktur des Studiengangs sinnvoll auf die anvisierten Ausbildungsziele ausgerichtet. Der Studiengang ist inhaltlich breit aufgestellt und vermittelt in gelungener Weise Grundlagen der Betriebswirtschaft und ein Verständnis für moderne Unternehmensführung. Besonders positiv ist dem Gutachtergremium die konsequente internationale Ausrichtung aufgefallen, die sich in einem hohen Anteil von Studierenden, die das optionale Auslandssemester wahrnehmen (mehr als 80 Prozent der Studierenden), und der weitgehenden Unterrichtung in englischer Sprache widerspiegelt.

Hinsichtlich der Grundlagen des wissenschaftlichen Arbeitens kommt das Gutachtergremium zu der Einschätzung, dass diese bereits zu Beginn des Studiengangs vermittelt werden sollten.

Die personelle Ausstattung garantiert, dass mehr als 50 % der Lehrveranstaltungen mit festangestelltem Lehrpersonal besetzt sind. Rund zehn Prozent der Lehrbeauftragten kommen aus Praxis und Industrie, wodurch die Studierenden wertvolle Einblicke in die Praxis erhalten.

Die Aspekte Studienerfolg, Prüfungssystem und Studierbarkeit werden als unkritisch wahrgenommen. Die Ressourcenausstattung ist angemessen, passende Maßnahmen zur Geschlechtergerechtigkeit und Chancengleichheit werden getroffen.

Das Gutachtergremium schlägt folgende Empfehlung vor:

- Empfehlung (Kriterium § 12 Abs. 5 MRVO): Bei der geplanten Umstellung der Modulgrößen sollte der Workload erneut überprüft werden.

Studiengang „Marken- und Medienmanagement“ (M.A.)

Die Ziele des Studiengangs werden aus Sicht des Gutachtergremiums überzeugend dargelegt und entsprechen dem Qualifikationsrahmen für deutsche Hochschulabschlüsse. Über alle Module und Fächer hinweg wird vertiefendes Fachwissen vermittelt und das Verstehen von Zusammenhängen gefördert. Das Studiengangskonzept umfasst die Bereiche Marken, Medien und Management als drei wesentliche inhaltliche Säulen und ist damit in Bezug auf den Titel „Marken- und Medienmanagement“ konsistent angelegt. Die Ziele des Studiengangs werden inhaltlich adäquat umgesetzt. Jedoch müssen nach Einschätzung des Gutachtergremiums die Module 02, 09 und 13 dahingehend umstrukturiert werden, dass sie hinsichtlich Kompetenzerwerb und Lernprogression eine sinnvolle fachliche Lerneinheit bilden und eine kompetenzorientierte Prüfung möglich ist.

Positiv zu bewerten ist sowohl die sehr starke und von Studienbeginn an forcierte Anwendungsorientierung, die nach Einschätzung des Gutachtergremiums auch die Berufsbefähigung erhöht, als auch die Offenheit des Curriculums gegenüber aktuellen Entwicklungen und Themen, welche u. a. in den Projektarbeiten zum Tragen kommen, sowie die bewusste Nähe zu wissenschaftlichen Entwicklungen und das Bekenntnis zur Interdisziplinarität.

Die personelle Ausstattung garantiert, dass mehr als 50 % der Lehrveranstaltungen mit festangestelltem Lehrpersonal besetzt sind. Rund zehn Prozent der Lehrbeauftragten kommen aus Praxis und Industrie.

Für ein konsekutives Masterstudium ohne Zeitverlust empfiehlt das Gutachtergremium, einen Studienbeginn auch zum Sommersemester zu ermöglichen. Die Aspekte Studienerfolg und Prüfungssystem werden im Großen und Ganzen als unkritisch wahrgenommen, wobei es nach Ansicht des Gutachtergremiums gewisse Verbesserungspotenziale gibt. Auch die Ressourcenausstattung ist angemessen und passende Maßnahmen zur Geschlechtergerechtigkeit und Chancengleichheit werden getroffen.

Das Gutachtergremium schlägt folgende Empfehlung vor:

- Empfehlung (Kriterium § 12 Abs. 5 MRVO): Um Absolventen eines siebensemestrigen Bachelorstudiengangs ein konsekutives Masterstudium ohne Zeitverlust zu ermöglichen, sollte diskutiert werden, wie das Masterstudium zum Sommersemester aufgenommen werden kann.

1 Prüfbericht: Erfüllung der formalen Kriterien

(gemäß Art. 2 Abs. 2 StAkkrStV und §§ 3 bis 8 und § 24 Abs. 3 MRVO)

Studienstruktur und Studiendauer ([§ 3 MRVO](#))

Sachstand/Bewertung

Der Studiengang „International Management“ (B.A.) hat gemäß § 4 Abs. 1 der Studien- und Prüfungsordnung eine Regelstudienzeit von 7 Semestern; es werden 210 ECTS-Punkte vergeben.

Der Studiengang „Marken- und Medienmanagement“ (M.A.) hat gemäß § 4 Abs. 1 der Studien- und Prüfungsordnung eine Regelstudienzeit von 3 Semestern; es werden 90 ECTS-Punkte vergeben.

Entscheidungsvorschlag

Das Kriterium ist für beide Studiengänge erfüllt.

Studiengangsprofile ([§ 4 MRVO](#))

Sachstand/Bewertung

Der Studiengang „International Management“ (B.A.) sieht eine Abschlussarbeit vor, mit der die Fähigkeit nachgewiesen wird, innerhalb einer vorgegebenen Frist (zehn Wochen) eine Themen- bzw. Fragestellung aus dem Fachgebiet des Studiengangs mit wissenschaftlichen Methoden zu bearbeiten (vgl. § 8 Abs. 2 der Studien- und Prüfungsordnung).

Auch der Studiengang „Marken- und Medienmanagement“ (M.A.) sieht eine Abschlussarbeit vor, mit der die Fähigkeit nachgewiesen wird, innerhalb einer vorgegebenen Frist (14 Wochen) eine Themen- bzw. Fragestellung aus dem Fachgebiet des Studiengangs mit wissenschaftlichen Methoden zu bearbeiten (vgl. § 7 Abs. 2 der Studien- und Prüfungsordnung). Für den Studiengang wurde kein Profil benannt.

Entscheidungsvorschlag

Das Kriterium ist für beide Studiengänge erfüllt.

Zugangsvoraussetzungen und Übergänge zwischen Studienangeboten ([§ 5 MRVO](#))

Sachstand/Bewertung

Der Studiengang „International Management“ (B.A.) stellt ein primärqualifizierendes Studienangebot dar. Er wendet sich an Personen mit Hochschulzugangsberechtigung (Hochschulreife, Fachhochschulreife, Hochschulzugangsberechtigung i. S. des Art. 45 des Bayrischen Hochschulgesetzes).

Zum Zugang zum Studiengang „Marken- und Medienmanagement“ (M.A.) ist gemäß § 3 der Studien- und Prüfungsordnung „(...) nur berechtigt, wer durch eine einschlägige, praxisorientierte Qualifikation auf wissenschaftlicher Grundlage über sehr gute bis gute Kenntnisse und Fertigkeiten auf dem Gebiet der Betriebswirtschaft und eine einschlägige Grundqualifikation in den Bereichen Marketing, Marken und/oder Medien verfügt. (...) Die Qualifikation (...) wird nachgewiesen durch ein mit 210 Leistungspunkten (...) und einer Gesamtnote von 2,5 oder besser abgeschlossenes Hochschulstudium der Fachrichtung(en) Markenmanagement, Medienmanagement, Marketingmanagement oder Betriebswirtschaft (...). Die Bewerberinnen/Bewerber müssen [zudem] den Nachweis einer mindestens 20-wöchigen (...) praktischen Tätigkeit erbringen (Vorpraxis).“

Beide Studiengänge sind derzeit zulassungsbeschränkt (örtliches Auswahlverfahren).

Entscheidungsvorschlag

Das Kriterium ist für beide Studiengänge erfüllt.

Abschlüsse und Abschlussbezeichnungen ([§ 6 MRVO](#))

Sachstand/Bewertung

Das erfolgreich abgeschlossene Studium im Studiengang „International Management“ (B.A.) führt gemäß § 11 der Studien- und Prüfungsordnung zur Verleihung des akademischen Grads „Bachelor of Arts“ (B.A.). Diese Abschlussbezeichnung trägt der gesellschaftswissenschaftlichen Ausrichtung des Curriculums Rechnung. Das erfolgreich abgeschlossene Studium im Studiengang „Marken- und Medienmanagement“ (M.A.) führt gemäß § 10 der Studien- und Prüfungsordnung zur Verleihung des akademischen Grads „Master of Arts“ (M.A.). Diese Abschlussbezeichnung trägt der marktorientierten Ausrichtung des Curriculums Rechnung.

Auskunft über das dem Abschluss zugrundeliegende Studium im Einzelnen erteilt das Diploma Supplement der jeweiligen Studiengänge. Diese liegen in der aktuellen, zwischen Kultusministerkonferenz und Hochschulrektorenkonferenz abgestimmten Fassung von 2018 vor.

Entscheidungsvorschlag

Das Kriterium ist für beide Studiengänge erfüllt.

Modularisierung ([§ 7 MRVO](#))

Sachstand/Bewertung

Die Studiengänge sind in Studieneinheiten (Module) gegliedert, die durch die Zusammenfassung von Studieninhalten thematisch und zeitlich abgegrenzt sind. Die Inhalte der jeweiligen Module sind so bemessen, dass sie in einem Semester vermittelt werden können.

Fachliche, methodische, fachpraktische und fächerübergreifende Inhalte sowie Lernziele werden in den Modulbeschreibungen angegeben. Die Modulbeschreibungen enthalten zudem Angaben zur ECTS-Note, zu den Voraussetzungen für die Teilnahme, zu Lehrformen, zu Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten, zur Dauer der Module, zur Häufigkeit des Angebots, zu den Lehrenden und zur Angebotssprache. Auch Angaben zum Gesamtarbeitsaufwand und zur Verwendbarkeit sind enthalten.

Die relative Note wird – gemäß § 46 Abs. 3 der Allgemeinen Prüfungsordnung geregelt – im jeweiligen Diploma Supplement ausgewiesen.

Entscheidungsvorschlag

Das Kriterium ist für beide Studiengänge erfüllt.

Leistungspunktesystem ([§ 8 MRVO](#))

Sachstand/Bewertung

Für den Bachelorabschluss im Studiengang „International Management“ (B.A.) werden 210 ECTS-Punkte nachgewiesen. Für den Masterabschluss im Studiengang „Marken- und Medienmanagement“ (M.A.) werden unter Einbeziehung des vorangehenden Studiums bis zum ersten berufsqualifizierenden Abschluss 300 ECTS-Punkte nachgewiesen.

In § 6 der Allgemeinen Prüfungsordnung der Hochschule für angewandte Wissenschaften Würzburg-Schweinfurt für Bachelor- und Masterstudiengänge (APO) ist definiert, dass ein ECTS-Punkt 30 Arbeitsstunden entspricht.

Pro Modul werden im Studiengang „International Management“ (B.A.) überwiegend sechs, aber auch fünf und sieben ECTS-Punkte vergeben. Im „Bachelorarbeitsmodul“, bestehend aus der Bachelorarbeit (12 ECTS-

Punkte) und dem Bachelorseminar (zwei ECTS-Punkte), werden 14 ECTS-Punkte vergeben. Pro Modul werden im Studiengang „Marken- und Medienmanagement“ (M.A.) jeweils 5 ECTS-Punkte vergeben. Im Modul „Masterkolloquium & Masterarbeit“ werden 20 ECTS-Punkte – 18 für die Masterarbeit und zwei für das Masterkolloquium – vergeben.

In beiden Studiengängen werden pro Semester 30 ECTS-Punkte pro Semester erreicht.

Entscheidungsvorschlag

Das Kriterium ist für beide Studiengänge erfüllt.

Anerkennung und Anrechnung [\(Art. 2 Abs. 2 StAkkrStV\)](#)

Sachstand/Bewertung

Die Anrechnung von Studien- und Prüfungsleistungen, die an anderen staatlichen oder staatlich anerkannten Hochschulen in der Bundesrepublik Deutschland oder an ausländischen Hochschulen erbracht wurden, sowie die Anrechnung von Kompetenzen, die außerhalb des Hochschulbereichs erworben wurden, ist in § 43 der Allgemeinen Prüfungsordnung geregelt.

Entscheidungsvorschlag

Das Kriterium ist für beide Studiengänge erfüllt.

2 Gutachten: Erfüllung der fachlich-inhaltlichen Kriterien

2.1 Schwerpunkte der Bewertung / Fokus der Qualitätsentwicklung

Die Gespräche, die während der Begutachtung geführt wurden, verdeutlichten, dass die beiden zur Akkreditierung anstehenden Studiengänge strategisch gut in das Studiengangsportfolio der Hochschule Würzburg-Schweinfurt passen. Sie werden mit viel Engagement seitens aller Beteiligten aktiv gelebt.

Der Studiengang „International Management“ (B.A.) wurde im Zeitraum der vorangegangenen Akkreditierung weiterentwickelt. Es werden inzwischen zusätzlich zwei weitere englischsprachige Schwerpunkte angeboten. Module wurden so platziert, dass im dritten und vierten Semester ein Auslandsaufenthalt integriert werden kann. Die Bearbeitungsdauer der Bachelorarbeit wurde auf zehn Wochen festgelegt. Die Schwerpunkte der Diskussionen innerhalb der Begutachtung des Studiengangs lagen in der aus Sicht des Gutachtergremiums noch erforderlichen weiteren Profilierung der möglichen Berufs- bzw. Tätigkeitsfelder für die Absolventinnen und Absolventen, im passenden Zeitpunkt für die Vermittlung methodischer Grundlagen des wissenschaftlichen Arbeitens und bei Fragen der Berechnung des Workloads. Auch das Thema Internationalität des Studiengangs und sprachliche Umsetzung nahm breiten Raum ein.

Änderungen seit der letzten Akkreditierung des Studiengangs „Marken- und Medienmanagement“ (M.A.) beinhalteten die Fokussierung der Lehrveranstaltung „IT-Systeme und E-Commerce“ auf „E-Commerce“, die Konkretisierung der Lehrveranstaltung „Mediengestaltung“ in „Bild- und Layoutgestaltung“ und den Ersatz der Lehrveranstaltung „Employer Branding“ durch die Lehrveranstaltung „Video- und Audiotechnik“. 2019 erfolgte eine erneute Revision der Module auf Basis einer Klausurtagung des Studiengangs. Unter anderem führte dies zum Ersatz der Lehrveranstaltung „Multisensuales Marketing“ durch die Lehrveranstaltung „Change Management“, zur Fokussierung der Lehrveranstaltung „Ethik und Wertemanagement“ auf „Wertorientierte Unternehmensführung“, zur Neuausrichtung der Lehrveranstaltung „Multi-Channel-Management“ in „Digitale Geschäftsmodelle“ und zur zeitlichen Reorganisation der beiden Praxisprojekte vom dritten Semester auf die Semester eins und zwei. Der Schwerpunkt der Diskussionen im Rahmen der Begutachtung des Studiengangs lag überwiegend in der Modulstruktur und der curricularen und prüfungstechnischen Zusammenfassung der Module 02, 09 und 13. Auch der Studienbeginn im Wintersemester wurde diskutiert.

2.2 Erfüllung der fachlich-inhaltlichen Kriterien

(gemäß Art. 3 Abs. 2 Satz 1 Nr. 4 i.V. mit Art. 4 Abs. 3 Satz 2a und §§ 11 bis 16; §§ 19-21 und § 24 Abs. 4 MRVO)

Qualifikationsziele und Abschlussniveau ([§ 11 MRVO](#))

a) Studiengangübergreifende Aspekte

(nicht zutreffend)

b) Studiengangsspezifische Bewertung

Studiengang „International Management“ (B.A.)

Sachstand

Das Ziel des Studiums besteht gemäß § 2 der Studien- und Prüfungsordnung darin, „(...) in praxisbezogener Lehre auf wissenschaftlicher Grundlage die fachlichen, methodischen, sozialen und interkulturellen Kompetenzen zu erwerben, die zu verantwortlichem Handeln in Gesellschaft und international tätigen Unternehmen in einem kaufmännischen oder administrativen Beruf befähigen. Das Studium soll insbesondere die Fähigkeit vermitteln, das Management auf allen betriebswirtschaftlichen Gebieten zu unterstützen und (nach entsprechender Einarbeitung) selbst Führungsaufgaben in international tätigen Unternehmen zu übernehmen oder selbständig unternehmerisch tätig zu sein. Die Vernetzung sozialer und wirtschaftlicher Aufgaben und die zunehmend internationale Ausrichtung unternehmerischer Aktivitäten machen es dabei erforderlich, ökonomische Prozesse vor dem Hintergrund ihrer gesellschaftlichen, geopolitischen und kulturellen Zusammenhänge zu erfassen. Der Bachelorstudiengang ‚International Management‘ bietet eine breite Grundausbildung in den betriebswirtschaftlichen Kernfächern an. Spezialisiertes Wissen wird in Studienschwerpunkten vermittelt. In Verbindung mit dem engen Praxisbezug der Lehre wird die praktische Problemlösungskompetenz im internationalen Umfeld sichergestellt. Zur Persönlichkeitsbildung erwerben die Studierenden neben fundierten Fachkenntnissen auch soziale, sprachliche und interkulturelle Kompetenzen.“ Die Ziele und Lernergebnisse des Studiengangs sind auch im Diploma Supplement dargelegt.

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Die Qualifikationsziele und angestrebten Lernergebnisse sind u. a. in der Studien- und Prüfungsordnung des Studiengangs „International Management“ (B.A.) und im Diploma Supplement klar formuliert. Dabei sind die Aspekte „Wissen und Verstehen“, „Einsatz, Anwendung und Erzeugen von Wissen“, „Kommunikation und Kooperation“ sowie „Wissenschaftliches Selbstverständnis/Professionalität“ entsprechend des Kompetenzmodells des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulen vom 16.2.2017 grundsätzlich berücksichtigt.

Der Studienverlaufsplan sowie die dazugehörigen Lehrveranstaltungsarten spiegeln einen sinnvollen Aufbau des Studiums wider (vgl. Abschnitt ‚Curriculum‘), welches damit ein angemessenes Maß an Fach- und Methodenkompetenz vermittelt. Die angebotene intensive internationale Ausgestaltung des Studiengangs (bis zu zwei komplette Auslandssemester in das Curriculum integrierbar, potentiell Auslandspraktikum, Angebote von Summer Schools durch ausländische Partnerhochschulen sowie „Internationalization at home“ durch internationale oder Gaststudierende und Lehrbeauftragte von Partneruniversitäten) inklusive Praxisphasen (v. a. „Internship“-Semester) und gemeinsame Projektarbeiten fördern insbesondere die Sozial- und die Selbstkompetenz und tragen zu verantwortlichem Handeln der Studierenden in Unternehmen und Gesellschaft bei. Zum letztgenannten Aspekt leistet auch das Modul „Business Ethics“ einen Beitrag.

Insgesamt ist die Darstellung der Qualifikationsziele eher breit gehalten und war zunächst sehr ambitioniert formuliert. Hier hat die FHWS die Informationen auf der Webseite wie auch die Formulierung in der SPO dahingehend angepasst, dass das Profil des Studiengangs nun nachvollziehbar dargelegt ist.

Zusammenfassend kann festgestellt werden, dass das Hauptziel des Studiengangs, den Studierenden auf vielfältige Weise internationale Kompetenzen zu vermitteln, sehr gut erreicht wird. Daneben führt der Studiengang „International Management“ (B.A.) auf ein Abschlussniveau, das die Verleihung des akademischen Grades Bachelor of Arts rechtfertigt.

Entscheidungsvorschlag

Das Kriterium ist erfüllt.

Studiengang „Marken- und Medienmanagement“ (M.A.)

Sachstand

Das Ziel des Studiums besteht gemäß § 2 der Studien- und Prüfungsordnung darin, „(...) Absolventinnen und Absolventen von Bachelor- und Diplom- sowie gleichwertigen Studiengängen vertiefte anwendungsbezogene Kenntnisse auf wissenschaftlicher Grundlage zu vermitteln, die zu eigenständigem und verantwortlichem Handeln in Unternehmen mit klarem Marken- und/oder Medienfokus befähigen. Im Mittelpunkt des Studiums steht das Management von Marken und Medien. Das Studium soll insbesondere dazu befähigen, das Management marken- und/oder medial geprägter Unternehmen strategisch und operativ zu unterstützen und selbst Führungsaufgaben zu übernehmen. Die Vernetzung wirtschaftlicher und sozialer Aufgaben wird dabei gezielt berücksichtigt. Zur Persönlichkeitsbildung erwerben die Studierenden neben fundierten Fachkenntnissen auch soziale und methodische Kompetenzen.“ Die Ziele und Lernergebnisse des Studiengangs sind auch im Diploma Supplement angeführt.

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Die Qualifikationsziele und angestrebten Lernergebnisse sind in der Studien- und Prüfungsordnung und im Diploma Supplement klar formuliert.

Die Ziele des Studiengangs werden überzeugend dargelegt und entsprechen dem Qualifikationsrahmen für deutsche Hochschulabschlüsse. Über alle Module und Fächer hinweg wird vertiefendes Fachwissen vermittelt und das Verstehen von Zusammenhängen gefördert. Die Methoden-, Selbst- und Sozialkompetenzen werden vorrangig in den anwendungsorientierten Modulen 05, 06, 11 und 12 vermittelt, sodass die Studierenden nach erfolgreichem Bestehen aller Module und der Masterthesis ihr Wissen sowohl wissenschaftlich verwerten als auch in die Praxis transferieren können. Kooperation und Kommunikation sowie Professionalität erlangen die Studierenden in den Praxisprojekten nicht nur im Austausch untereinander, sondern auch mit Partnerunternehmen/-organisationen, die im Bereich des Markenmanagements oder der Medien tätig sind. Der starke Praxisbezug über das gesamte Studium hinweg erleichtert auch den Berufseinstieg für die Absolventinnen und Absolventen auf strategischer und operativer Ebene.

Entscheidungsvorschlag

Das Kriterium ist erfüllt.

Schlüssiges Studiengangskonzept und adäquate Umsetzung (§ 12 MRVO)

Curriculum ([§ 12 Abs. 1 Sätze 1 bis 3 und 5 MRVO](#))

a) Studiengangsübergreifende Aspekte

(nicht zutreffend)

b) Studiengangsspezifische Bewertung

Studiengang „International Management“ (B.A.)

Sachstand

Der Studiengang zeichnet sich nach Angaben der Hochschule durch sein internationales Profil aus. Dies wird u. a. durch die Module in englischer Sprache, internationale Inhalte und eine International Teaching Week realisiert.

Im ersten Semester belegen die Studierenden die Module „Intercultural Training“, „General Business“, „Mathematics and Statistics“, „Accounting“ und „Business English I“. Im zweiten Semester folgen die Module „Law and Taxation“, „Business Management“, „Human Resource Management“, „Finance“ und „Business

English II“. Im dritten Semester belegen die Studierenden die Module „Business Simulation“, „Marketing“, „Intercultural Management“, „Economics“ und „General Electives“. Im vierten Semester werden die Module „International Trade & Markets“, „Business Electives“, „Supply Chain & Information Processing“, „Business Ethics“ und „Organisational Structure“ angeboten. Im fünften Semester folgt das Modul „Internship“. Es schließt sich das sechste Semester mit den Modulen „Scientific Techniques“ sowie zwei Wahlpflichtmodulen (je zehn ECTS-Punkte) an. Die Studierenden schließen das Studium im siebten Semester mit zwei Wahlpflichtmodulen (je zehn ECTS-Punkte) und dem „Bachelorarbeitsmodul“ („Bachelor Thesis“ und „Bachelor Seminar“) ab.

Im Curriculum sind fachwissenschaftliche Wahlpflichtmodule (FWPM) vorgesehen. Laut § 5 Abs. 3 der Studien- und Prüfungsordnung können Pflicht- und Wahlpflichtmodule „(...) von der Fakultät Wirtschaftswissenschaften einzelnen Vertiefungsrichtungen zugeordnet werden (...). Eine Vertiefungsrichtung dient einer Schwerpunktsetzung innerhalb des Bachelorstudiengangs International Management. Als Vertiefungsrichtungen werden angeboten: Marketing & Sales Management, Human Resource Management, Finance & Accounting, Entrepreneurship & Small and Medium Sized Enterprises sowie die [elf] deutschsprachigen Schwerpunkte aus dem Bachelorstudiengang Betriebswirtschaft. Es müssen zwei Vertiefungsrichtungen mit jeweils 20 ECTS-Punkten gewählt werden.“

Im Studiengang ist gemäß § 6 der Studien- und Prüfungsordnung auch ein Praxismodul, bestehend aus einer 20 bis 26-wöchigen zusammenhängenden, begleiteten Praxisphase und einem Praxisseminar, vorgesehen.

Über die regelmäßig von allen Lehrenden durchzuführenden Evaluationen erfolgt gemäß Angaben der Hochschule eine fachspezifische Rückmeldung der Studierenden, die Ausgangspunkt für die Optimierung der Lehrinhalte ist. Die Studierenden sind durch die Semestersprecher und mittels der jährlich durchgeführten Qualitätsworkshops auch bei der Optimierung des Aufbaus und Ablaufs des Studienprogramms einbezogen. Zudem findet im Rahmen der Lehrveranstaltungsevaluation regelmäßig und systematisch eine Überprüfung des Workloads statt.

Der Lernkontext soll den Studierenden nach Auskunft der Hochschule Freiräume für ein selbstgestaltetes Studium ermöglichen. Hierzu dienen vor allem die General Electives und die Business Electives. Lehrformen sind insbesondere: seminaristischer Unterricht, Seminar, Projekt und Praktikum. Die Anfängerzahl von 80 Studierenden im Studiengang erfordert, nach Angaben der Hochschule und aufgrund der anspruchsvolleren didaktischen Herausforderung in interkulturell gemischten Gruppen, eine Aufteilung in zwei bis vier Gruppen.

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Der Studiengang wird auf Englisch studiert. Die meisten Studierenden verfügen über ausreichende Schulenglischkenntnisse, die Hochschule bietet aber gemäß Angaben bei der Begehung auch Englisch-Sprachkurse an.

Gemäß Bayerischem Staatsministerium für Wissenschaft und Kunst ist es bislang nicht möglich, verbindliche Fremdsprachenniveaus als Zugangsvoraussetzung für Bachelorstudiengänge festzulegen.

Der Aufbau des Studiengangs orientiert sich, insbesondere zu Beginn, stark an den anvisierten Auslandsaufenthalten der Studierenden. Die ersten beiden Semester vermitteln allgemeine, v. a. betriebswirtschaftliche Grundlagen in englischer Sprache, ergänzt um zwei Module in Wirtschaftsenglisch. Diese beinhalten auch Elemente, welche grundsätzlich auf Auslandsaufenthalte vorbereiten sollen, z. B. interkulturelle Kompetenzen. Das zweite Studienjahr ist auf internationale Mobilität ausgerichtet, die sowohl ein Auslandssemester der eigenen Studierenden (die Module des dritten und vierten Semesters können kompatibel an den Partnerhochschulen abgeleistet werden) als auch den Empfang von Gaststudierenden umfasst. Das Praxissemester ist für das fünfte Studiensemester eingeplant. Spezialisierungen und Bachelorthesis sind für die Semester sechs und sieben in angemessenem Umfang vorgesehen. Dabei sind die Wahlmöglichkeiten für „Electives“ durch die Öffnung der Fächer des BWL-Studiengangs der eigenen Fakultät sehr umfangreich. Positiv hervorzuheben ist in diesem Kontext die Festlegung einzelner Schwerpunkte auf bestimmte Wochentage, sodass Planungssicherheit herrscht und Überschneidungen vermieden werden können. Ebenfalls gut zu funktionieren scheinen die jährlich durchgeführten Qualitätsworkshops, welche der Weiterentwicklung und Verbesserung des Studienprogramms dienen.

Insgesamt ist die Struktur des Studiengangs sinnvoll auf die anvisierten Ausbildungsziele ausgerichtet. Der Studiengang ist inhaltlich sehr breit aufgestellt und vermittelt in gelungener Weise Grundlagen der Betriebswirtschaft und ein Verständnis für moderne Unternehmensführung. Besonders positiv ist dem Gutachtergremium die konsequente internationale Ausrichtung aufgefallen, die sich in einem hohen Anteil von wahrgenommenen Auslandssemestern (mehr als 80 Prozent der Studierenden) und der weitgehenden Unterrichtung in englischer Sprache widerspiegelt.

Die Lehrformen passen zu den Modulen und zum Studienfortschritt. Auch ist der Studiengangstitel passend zu den Inhalten gewählt und der Abschlussgrad treffend.

Verbesserungspotenzial wurde zunächst in der Vermittlung der Grundlagen des wissenschaftlichen Arbeitens, vornehmlich im Hinblick auf methodische Kompetenzen gesehen. Die FHWS hat diesen Aspekt nun in den Modulen 1, 10 und 16 verstärkt integriert und in den Modulbeschreibungen sichtbar gemacht. Aspekte wie die Auswahl sowie der kritische Umgang mit Daten und Quellen, der sichere Umgang mit Zitierweisen etc. werden im Rahmen von Hausarbeiten und anderen Studienleistungen geübt. Die gutachterliche Empfehlung, eine hinreichende Anleitung bezüglich einer sinnvollen Arbeits- und Vorgehensweise sowie Methodik bereits zu Beginn des Studiums zu verorten, wurde somit umgesetzt.

Entscheidungsvorschlag

Das Kriterium ist erfüllt.

Studiengang „Marken- und Medienmanagement“ (M.A.)

Sachstand

Im ersten Semester belegen die Studierenden die Module „Unternehmens- und Markenstrategien & Markenentwicklung“, „Marken- und Medienrecht & Video- und Audioproduktion“, „Qualitative Marktforschung & Online-Marktforschung“, „Online und Mobile Marketing & Social Media Marketing“, „Teammanagement & Projektmanagement“ sowie „Praxisprojekt Marke/Medien 1“. Im zweiten Semester folgen die Module „Markt- und Medienstrategien & Werteorientierte Unternehmensführung“, „E-Commerce & Digitale Geschäftsmodelle“, „Internal Branding & Bild- und Layoutgestaltung“, „Markenmonitoring und Markenkooperationen & Mediaplanung und Mediacontrolling“, „Wissenschaftliches Arbeiten & Projektarbeit“ sowie „Praxisprojekt Marke/Medien 2“. Die Studierenden schließen das Studium im dritten Semester mit den Modulen „Change Management & Messe- und Eventmanagement“, „Agenturmanagement & Kundenbeziehungsmanagement“ sowie „Masterkolloquium & Masterarbeit“ ab.

Charakteristisch für den Studiengang ist gemäß § 2 Abs. 3 der Studien- und Prüfungsordnung „(...) eine hohe Anwendungsorientierung mit umfassender wissenschaftlicher Fundierung. Dazu zählen insbesondere ein mehrtägiges Teamtraining, das kontinuierliche Arbeiten und Lernen in Teams, zwei das theoretische Studium flankierende Praxisprojekte (...), die Zusammenarbeit mit marken- und/oder medienbezogenen Verlagen, Verbänden und Vereinen sowie der Besuch praxisorientierter Tagungen und Konferenzen. Zusätzlich geschärft wird das Studiengangsprofil durch Unternehmensbesuche, anwendungsorientierte Abschlussarbeiten und das gezielte Einbeziehen externer Dozierender aus der Praxis.“

Hinsichtlich der Lernformen legt die Hochschule dar, dass in den beiden ersten Semestern zentrale Themen im Rahmen von Seminaren und seminaristischem Unterricht behandelt und parallel dazu in zwei das jeweilige Semester begleitenden Praxisprojekten angewandt und vertieft werden. Die interkulturelle Kompetenz soll u. a. durch den gelegentlichen Austausch mit Studierenden des Bachelorstudiengangs „International Management“ (B.A.) bei halboffenen Veranstaltungen beider Studiengänge sichergestellt werden.

Die Anzahl von 28 bis 30 Studierenden jährlich macht nach Auskunft der Hochschule überwiegend gemeinsame Seminare des ganzen Jahrgangs möglich. Ausnahmen sind die im Medienlabor stattfindenden Lehrveranstaltungen „Video- und Audioproduktion“ sowie „Bild- und Layoutgestaltung“, die die Arbeit in Kleingruppen zwingend erforderlich machen. Zudem erfolgt im Modul „Projektmanagement & Teammanagement“ sowie in den Modulen „Praxisprojekt Marke/Medien 1 & 2“ eine Aufteilung in zwei Gruppen, um ein enges Coaching der Projektteams durch zwei Lehrende sicherzustellen.

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Das Studiengangskonzept umfasst die Bereiche Marken, Medien und Management als drei wesentliche inhaltliche Säulen und ist damit in Bezug auf den Titel „Marken- und Medienmanagement“ konsistent angelegt.

Die Ziele des Studiengangs werden inhaltlich adäquat umgesetzt. Allerdings ergeben sich damit eine enorm große Fächervielfalt und organisatorische Herausforderungen für ein nur dreisemestriges Studium.

Die Mehrheit der Module ist in sich stimmig gestaltet und sie bauen gut aufeinander auf; eine Ausnahme bildet hier aus Sicht des Gutachtergremiums die Binnenstruktur der Module 02, 09 und 13. Das Modul 13 kombiniert ein klassisches betriebswirtschaftliches (Change Management) mit einem stark spezialisierten, marketingorientierten Fach (Messe- & Eventmanagement). Die Module 02 und 09 weisen jeweils ein theorieorientiertes Fach (02 Marken- und Medienrecht, 09 Internal Branding) auf, das mit einem praxisbezogenen Fach (02 Video- und Audioproduktion, 09 Bild- und Layoutgestaltung) kombiniert wird. Die Studierenden äußern sich bei den Gesprächen vor Ort als zufrieden mit der Konzeption der genannten Module, insbesondere weil theoretische mit praktischen Elementen verknüpft werden und so befruchtende Bezüge entstehen. Auch ergebe sich durch die genannte Binnenstruktur eine gleichmäßigere Verteilung der Theorie- und Praxisanteile über den Studienverlauf. Alle genannten Fächer sind, auch aus Sicht des Gutachtergremiums, für das Studium selbst essentiell, müssen aber nach seiner Einschätzung so miteinander kombiniert werden, dass sie inhaltlich näher zueinander stehen, dass die Lernprogression eindeutiger wird (z. B. Bild- und Layoutgestaltung vor Video- und Audioproduktion setzen) und dass in den Lehr- und Prüfungsformaten die vermittelten Kompetenzen adäquat adressiert und geprüft werden können. Die Argumentation der Hochschule zur bisherigen Umsetzung dieser Module, dass die Inhalte in Verbindung zueinander stehen und berufsrelevant sind und dass eine andere Strukturierung die Mobilität einschränken und zu unpassenden Prüfungsformen führen würde, ist nach Ansicht des Gutachtergremiums nicht schlüssig.

Im Modul 03 „Qualitative Marktforschung & Online-Marktforschung“ ist auf den ersten Blick nicht ersichtlich, dass die Marktforschung hier durchaus ganzheitlich angegangen wird (qualitativ und quantitativ, offline und online), dass aber dabei eine bewusste und aus Sicht des Gutachtergremiums schlüssige Schwerpunktsetzung auf den qualitativen und den Online-Bereich erfolgt. Hier wäre in der Modulbeschreibung mehr Ausgewogenheit und Klarheit in der Darstellung wünschenswert.

Positiv zu bewerten sind neben der sehr starken und von Studienbeginn an forcierten Anwendungsorientierung, die auch die Berufsbefähigung erhöht, die Offenheit des Curriculums gegenüber aktuellen Entwicklungen und Themen, welche u. a. in den Projektarbeiten zum Tragen kommen, sowie die bewusste Nähe zu Entwicklungen in der Wissenschaft und das Bekenntnis zur Interdisziplinarität. Erkenntnisse der Psychologie und Soziologie fließen in die einzelnen Fächer ein, und Studierenden wird die Möglichkeit geboten, erste Erfahrungen im Wissenschaftsbetrieb (Tagungen etc.) zu sammeln.

Insgesamt hat die Hochschule ein Studiengangskonzept vorgelegt, das mit seinen einzelnen Elementen eindeutig die definierten Ziele erreicht. Die Inhalte sind aktuell und entsprechen den grundlegenden Anforderungen des Marktes, ohne dabei auf kurzfristige „Moden“ abzielen. Die vermittelten Inhalte entsprechen dem gewählten Studiengangstitel, der Abschlussgrad ist passend.

Die Mehrheit der Lehrveranstaltungen erfolgt in Form von seminaristischem Unterricht, darüber hinaus wird alternativ in Seminar- und Projektform gelehrt. Insgesamt ergibt sich damit ein ausgewogenes Bild der Lehr-/Lernformen. Die Studierenden sind auf vielfältige Weise in die Ausgestaltung der Lehr-/Lernformen sowie der Inhalte mit einbezogen, insbesondere durch Qualitätszirkel mit studentischer Beteiligung, „Sechsergremien“ und das Konvent.

Entscheidungsvorschlag

Das Kriterium ist nicht erfüllt.

Das Gutachtergremium schlägt dem Akkreditierungsrat folgende Auflage vor:

- Die Module 02, 09 und 13 müssen dahingehend umstrukturiert werden, dass eine sinnvolle fachliche Lerneinheit hinsichtlich Kompetenzerwerb und Lernprogression ersichtlich ist und eine kompetenzorientierte Prüfung möglich ist.

Mobilität ([§ 12 Abs. 1 Satz 4 MRVO](#))

a) Studiengangübergreifende Aspekte

Studentische Mobilität wird durch die Regelungen der Anrechnung von Studien- und Prüfungsleistungen (vgl. § 43 der Allgemeinen Prüfungsordnung) für beide Studiengänge generell ermöglicht.

Unterstützung und Antworten zu wesentlichen Fragen im Bereich Anrechnung von hochschulisch erbrachten Studien- und Prüfungsleistungen sowie von außerhochschulisch erworbenen Kompetenzen bietet nach Angaben der Hochschule der FHWS-Anrechnungsleitfaden. Dieser richtet sich insbesondere an Vorsitzende und Mitglieder der Prüfungskommissionen als für die Anrechnungsentscheidungen zuständige Prüfungsorgane. Die Fakultät Wirtschaftswissenschaften hat sowohl für die Auslandsplatzvergabe als auch für die Erstellung des Learning Agreements und die anschließende Beantragung der Anrechnung Standardprozesse entwickelt. Die Prozesse werden durch das fakultätsinterne International Management Office weitestgehend in digitaler Form umgesetzt und von den entsprechenden Länder- und Modulverantwortlichen begleitet. Fragen zu Auslandspraktika und Auslandsstudium beantwortet zudem auf Hochschulebene der Hochschulservice Internationales (HSIN).

b) Studiengangsspezifische Bewertung

Studiengang „International Management“ (B.A.)

Sachstand

Der Studiengang zeichnet sich nach Angaben der Hochschule durch sein internationales Profil aus. Dies wird u. a. durch die folgenden Aspekte realisiert: Optionen für Auslandsaufenthalte (Exkursionen ins Ausland, Auslandsstudium und / oder -praktikum, Möglichkeit des Double Degree an verschiedenen Partnerhochschulen, Summer Schools) und Internationalisierung im Inland (insbesondere Integration von Gaststudierende internationaler Partnerhochschulen).

Im dritten und / oder vierten Semester empfiehlt die Hochschule den Studierenden, an einer Partneruniversität zu studieren, um interkulturelle Kompetenzen zu trainieren. Die belegten Kurse werden entsprechend der Anrechnungsregeln anerkannt. Studierende, die z. B. aufgrund ihres Migrationshintergrundes kein Auslandssemester absolvieren, treffen in diesen beiden Semestern auf die Incoming-Studierenden der Partnerhochschulen und können dadurch interkulturelle Kompetenzen vertiefen („Internationalization at Home“). Insbesondere bei Wahlpflichtmodulen und Modulen mit Gruppenarbeiten und gemeinsamen Präsentationen ist eine leichtere wechselseitige Anerkennung möglich.

Auch das Praxissemester im fünften Semester kann nach Angaben der Hochschule als Auslandssemester absolviert werden. In diesem Zeitraum können Studierende entweder einen oder mehrere Auslandsaufenthalte an einer oder an unterschiedlichen Hochschulen absolvieren. Die Fakultät verfügt nach eigenen Angaben über eine Vielzahl von Hochschul-Partnerschaften. Darüber hinaus besteht die Möglichkeit, an ausgewählten Hochschulen zwei zusammenhängende Studiensemester zu verbringen, um am Double Degree-Programm teilzunehmen und somit innerhalb der Regelstudienzeit zwei Abschlüsse zu erwerben. Die Fakultät unterhält derzeit Double Degree-Abkommen mit zehn ausländischen Partnerhochschulen. Hierzu liegen zehn Kooperationsvereinbarungen vor.

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Viele der Studierenden der FHWS nehmen ein Auslandssemester wahr. Dabei wirkt die Hochschule positiv darauf hin, dass der Studiengang „International Management“ (B.A.) inhaltlich internationalisiert ist und strategische Partnerschaften, beispielsweise für Double Degree-Programme, eingeht. Weiterhin werden eine Liste von Modulen, bei denen die Anerkennung in der Vergangenheit bereits möglich war, sowie ein Anrechnungsleitfaden geführt, um die Planungssicherheit eines Auslandsaufenthalts zu erhöhen.

Anzumerken ist, dass ein Auslandssemester nicht curricular verankert ist. Das Gutachtergremium regt an, ein Anreizsystem zu erschaffen, um im Sinne der internationalen Ausrichtung noch mehr Studierende zu mobilisieren.

Durch das curricular vorgesehene Praktikum wird ebenfalls die Mobilität der Studierenden gefördert, da hier empfohlen wird, Praxiserfahrung im Ausland zu sammeln. Dazu können Praktikumsstellen bei international tätigen Unternehmen vermittelt werden. Die Studierenden können auf Unterstützung durch das fakultätsübergreifende Praktikantenamt sowie auch während des Praktikums auf den Praktikumsbeauftragten der Fakultät zugreifen. Zur Unterstützung bei der Erstellung von Bewerbungsmappen und Lebensläufen steht der Career Service der Hochschule zur Verfügung.

Entscheidungsvorschlag

Das Kriterium ist erfüllt.

Studiengang „Marken- und Medienmanagement“ (M.A.)

Sachstand

(vgl. studiengangsübergreifende Aspekte)

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Auch im Masterstudium sind mobilitätsfördernde Strukturen vorhanden. Die strukturellen Partnerschaften sind hierbei von Nutzen, wie auch der FHWS-Anrechnungsleitfaden und die Informationsliste zu den anrechenbaren Modulen. Es wären lediglich weitere strategische Partnerschaften im Bereich Marken und Medien wünschenswert.

Entscheidungsvorschlag

Das Kriterium ist erfüllt.

Personelle Ausstattung ([§ 12 Abs. 2 MRVO](#))

a) Studiengangsübergreifende Aspekte

Im Rahmen der Berufungsverfahren an der Hochschule werden Berufungsausschüsse eingesetzt. Die Einstellungsvoraussetzungen für Professorinnen und Professoren an Fachhochschulen sind im Art. 7 Abs. 3 BayH-SchPG festgelegt. Näheres zum Berufungsverfahren regeln §§ 50 bis 54 der Grundordnung der FHWS. Das Lehrpersonal wird durch die Fakultät Wirtschaftswissenschaften gestellt.

Der Lehrbedarf kann nach Information der Hochschule in beiden Studiengängen überwiegend durch hauptamtliche Lehrkräfte abgedeckt werden. Zusätzliche Lehrbeauftragte (20 bis 25 %) aus den vorwiegend regionalen Unternehmen bringen zusätzliche praktische Impulse. Darüber hinaus erweitern Lehrbeauftragte der internationalen Partnerhochschulen die interkulturelle Perspektive. Die Studierenden werden durch die Lehrbeauftragten auch für ein Auslandsstudium in deren Herkunftsländern motiviert.

Auf die Qualität der Lehrbeauftragten der Partnerhochschulen wird nach Auskunft der Hochschule bereits beim Auswahlprozess geachtet. Ein Partnerschaftsabkommen sowie bei Double Degree-Partnern ein Kooperationsvertrag fixieren die Qualitätsansprüche. Die Lehrbeauftragten der Partnerhochschulen werden durch die Studiengangleitung aufgrund ihrer Qualifikation ausgewählt. Sie und die externen Lehrbeauftragten aus der Wirtschaft werden regelmäßig evaluiert. Durch die jeweils für ein Semester abgeschlossenen Lehraufträge kann schnell auf inhaltliche, kapazitative und qualitative Anforderungen reagiert werden. Die im Personalhandbuch enthaltenen Qualifikationsprofile der Lehrenden sowie die Kapazitätsplanungen für beide Studiengänge liegen dem Gutachtergremium vor.

Für alle neu berufenen Professorinnen und Professoren sowie Lehrbeauftragten für besondere Aufgaben ist die Teilnahme an dem vom Zentrum für Hochschuldidaktik (DiZ) angebotenen „Basisseminar Hochschuldidaktik“ Pflicht. Darüber hinaus stehen die Seminare und Veranstaltungen des DiZ allen hauptamtlich tätigen Mitgliedern der Fakultät Wirtschaftswissenschaften zur Fortbildung offen. Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Hochschule können zudem an den IT-Weiterbildungsprogrammen der Universität Würzburg teilnehmen. Eine hochschulweite Einrichtung an der FHWS ist der regelmäßig stattfindende Medienpädagogische Tag zur Unterstützung des Einsatzes von Medien in der Lehre.

Über den Campus Sprache werden im Rahmen der Internationalisierung der Hochschule auch für Mitarbeiter Englischkurse angeboten. Bilingualität wird seit 2019 auch im Berufungskonzept verfolgt; es werden seitdem nur Professorinnen und Professoren berufen, die bilingual auf Deutsch und Englisch unterrichten wollen und können.

b) Studiengangsspezifische Bewertung

Studiengang „International Management“ (B.A.)

Sachstand

Neben den Punkten im studiengangübergreifenden Aspekten zeichnet sich der Studiengang nach Angaben der Hochschule durch sein internationales Profil aus. Dies wird u. a. durch die regelmäßige Einbindung ausländischer Lehrender oder Lehrbeauftragter realisiert.

Da bei allen Berufungsverfahren Englisch als Lehrsprache verlangt und bei den Probevorträgen auch geprüft wird, können grundsätzlich alle Professorinnen und Professoren der Fakultät Wirtschaftswissenschaften im Studiengang lehren.

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Die personelle Ausstattung garantiert gemäß Aussage der Vertreterinnen und Vertreter der Hochschul- und Fakultätsleitung bei den Gesprächen vor Ort, dass mehr als 50 % der Lehrveranstaltungen mit festangestelltem Lehrpersonal besetzt sind. Rund zehn Prozent der Lehrbeauftragten kommen aus Praxis und Industrie.

Möglichkeiten zur Weiterqualifizierung (insbesondere Sprachkompetenzentwicklung) sind gegeben, werden aber auf freiwilliger Basis genutzt. In welcher Intensität und Häufigkeit die Weiterbildungen wahrgenommen werden, wurde nicht spezifiziert.

Rund 70 % der Professorenschaft waren innerhalb der vergangenen fünf Jahre in Forschungsvorhaben, Praktiskoooperationen oder Publikationen eingebunden. Ca. 30 % der Professorenschaft publiziert regelmäßig (fünf oder mehr Publikationen im genannten Zeitraum). Es wird angeregt, diesen Anteil durch ein stärker ausgebautes oder aktiver beworbenes Anreizsystem zur Publikation – etwa im Forschungs- bzw. Praxisfreisemester – zu erhöhen.

Die Kooperationen mit der Praxis erfolgen über externe Lehrbeauftragte, Guest-Speaker in einzelnen Lehrveranstaltungen, Praxisprojekte in den Schwerpunkten sowie in den meisten Bachelorarbeiten.

Über das Instrument des praktischen Nachweises von Sprachkompetenz seitens der Lehrenden (Probevorträge), das hochschulseitige Angebot zur Intensivierung der Sprachkompetenz über das DIZ in Cambridge und das Feedback in den Evaluationen sind die formalen Voraussetzungen für eine niveaugerechte Lehrsprache erfüllt.

Entscheidungsvorschlag

Das Kriterium ist erfüllt.

Studiengang „Marken- und Medienmanagement“ (M.A.)

Sachstand

Neben den Punkten der studiengangübergreifenden Aspekte liegen Kooperationen mit der Deutschen Werbewissenschaftliche Gesellschaft (DWG), der Gesellschaft zur Erforschung des Markenwesens (GEM), dem Expertenrat Technologiemarken (ETM), dem Deutschen Marketingverband (DMV) und der Arbeitsgemeinschaft für Marketing (AfM) vor. Darüber hinaus besteht Kontakt zur Würzburg AG, dem Zentrum für Digitale

Innovationen – ZDI Mainfranken, dem Innovations- und Gründerzentrum – GZ Würzburg, der Vogel Communications Group und Vogel Stiftung und der IHK Würzburg-Schweinfurt.

Zuletzt plante die FHWS gemeinsam mit den genannten Unternehmen und Institutionen aus der Region für April 2020 ein Event mit 1.000 Teilnehmerinnen und Teilnehmern, welches bedingt durch die Corona-Rahmenbedingungen abgesagt werden musste.

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Die personelle Ausstattung garantiert gemäß Aussage der Vertreterinnen und Vertreter der Hochschul- und Fakultätsleitung bei den Gesprächen vor Ort, dass mehr als 50 % der Lehrveranstaltungen mit festangestelltem Lehrpersonal besetzt sind. Rund zehn Prozent der Lehrbeauftragten kommen aus Praxis und Industrie.

Möglichkeiten zur Weiterqualifizierung sind gegeben, werden aber auf freiwilliger Basis genutzt. In welcher Intensität und Häufigkeit die Weiterbildungen wahrgenommen werden, wurde nicht spezifiziert.

Die Kooperationen mit der Praxis umfassen Kontakte mit einzelnen Lehrbeauftragten und zahlreichen weiteren Kooperationen, beispielsweise mit der Deutschen Werbewissenschaftlichen Gesellschaft (DWG), dem Deutschen Marketingverband (DMV) oder der Würzburg AG sowie weiteren Partnern.

Entscheidungsvorschlag

Das Kriterium ist erfüllt.

Ressourcenausstattung ([§ 12 Abs. 3 MRVO](#))

a) Studiengangübergreifende Aspekte

Die Unterstützung aller Lehrenden und Studierenden innerhalb der Fakultät Wirtschaftswissenschaften wird nach Angaben der Hochschule durch das Fakultätsservice-Team (FakT) sichergestellt. Bestehend aus Verwaltungsfachangestellten und technischen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern besetzt das FakT zentrale Positionen, um die operativen und strategischen Prozesse der Fakultät durchzuführen oder zu unterstützen. Die Aufgabenbereiche reichen dabei von der regulären Lehrveranstaltungsorganisation und zentralen Informationsbereitstellung bis hin zur Unterstützung des Dekans in der strategischen Fakultätsentwicklung.

Eine Übersicht der Hörsäle und weiteren Räumlichkeiten liegt dem Gutachtergremium vor. Die für Studierenden beider Studiengänge nutzbare Rechnerinfrastruktur wird vom internen Dienstleister der Hochschule, dem IT Service Center (ITSC), zur Verfügung gestellt. Die Infrastruktur umfasst neben Hard- und Software auch ein Beratungsangebot.

Seit dem Wintersemester 2008/09 steht den Studierenden und Lehrenden die eLearning-Plattform „eLearning@fhws“ zur Verfügung. Die Studierenden können Foren und Chats nutzen, erhalten Unterrichtsmaterial und können eigenes Material hochladen.

Das Zentrum Digitale Lehre wurde 2018 im Zuge der Digitalisierungsstrategie der Hochschule eingerichtet. Lehrenden gibt das Zentrum Orientierung und Support hinsichtlich der Konzeption und Entwicklung von E-Learning-Einheiten. Darüber hinaus bietet es Hilfestellung bei Fragen zum Agilen Management und damit verbunden, agilem Arbeiten. Den Studierenden bietet das Zentrum Orientierung und Vorbereitung, u. a. durch Bereitstellung gewinnbringender Tools zur Kollaboration und Kommunikation in Projekten und Teams.

Den Studierenden und Lehrenden stehen die Zentralbibliothek der Hochschule und die Universitätsbibliothek in Würzburg zur Verfügung. Die Zentralbibliothek der Hochschule verteilt sich auf die Standorte Würzburg und Schweinfurt. Die Öffnungszeiten lehnen sich an die Öffnungszeiten der Hochschule an, sodass Studierende nahezu täglich auf den Bestand zugreifen können. Regelmäßig werden auf Anregung der Fakultät neue Bücher zu den laufenden Vorlesungen des Studiengangs angeschafft. Insbesondere der Bestand an englischsprachigen Publikationen ist in den letzten Jahren stark angewachsen. Die Nutzung lizenzierter Produkte (Datenbanken, eBooks und eZeitschriften) nimmt einen immer größeren Umfang ein. Sie ist grundsätzlich auf den Campus beschränkt. Studierende können sich auf dem Campus über LAN einloggen. Zusätzlich kann auf viele lizenzierte Bibliotheksmaterialien (v. a. E-Books) auch von zu Hause aus mittels externem Zugang zugegriffen werden.

Im Hochschulmedienzentrum kann von den Studierenden eine Medienausstattung (z. B. Videokameras, akustische Aufnahmegeräte) kostenfrei entliehen werden. Für Präsentationen oder für Abschlussprojekte wird dies nach Angaben der Hochschule intensiv genutzt.

b) Studiengangsspezifische Bewertung

Studiengang „International Management“ (B.A.)

Sachstand

Neben den studiengangsübergreifenden Aspekten ist der Studiengang nach Information der Hochschule eine nicht-wissenschaftliche Stelle für die Stundenplanung, Verwaltung des Lehrpersonals und allgemeine Organisation zugeordnet. Im wissenschaftlichen Personal sind zwei Stellen für Qualitätssicherung, Weiterentwicklung des Studienganges sowie die Vorbereitung der Anerkennung von Prüfungsleistungen tätig. Diese sind auch zuständig für die Erasmus+* Strategische Partnerschaft „New Modes of Mobility“, die auch Konzepte der virtuellen und hybriden Mobilität im Studiengang implementiert.

Für Studierende dieses englischsprachigen Studiengangs steht auch englischsprachiges Personal in der Verwaltung zur Verfügung. Die Fakultät verfügt zusätzlich über ein eigenes International Office und es werden Englischkurse auch für das Personal angeboten (u. a. ist ein dreiwöchiger Englischkurs in Cambridge möglich). Zudem steht ein Übersetzungsdienst der Hochschule für spezifische Fragestellungen zur Verfügung.

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Der Studiengang kann auf ein Serviceteam der Fakultät zurückgreifen, das operative Tätigkeiten übernimmt und Projektprozesse unterstützt. Dem Studiengang selbst sind eine nicht-wissenschaftliche Stelle für Verwaltungsaufgaben sowie zwei wissenschaftliche Stellen zugeordnet. Letztere wirken bei der Qualitätssicherung sowie der Weiterentwicklung des Studiengangs mit und arbeiten an der Schnittstelle zu den ausländischen Partnerhochschulen (z. B. Administration von Learning Agreements zur Anerkennung von Studienleistungen, Unterstützung bei der Bewerbung um Stipendien u. ä.).

Durch Anmietung von Räumen an einem externen Standort sowie die Nutzung von „Pavillons“ (Bungalows) im Hof des Gebäudes der Fakultät Wirtschaftswissenschaften sind ausreichend Hörsäle und Räumlichkeiten verfügbar. Ebenso erscheint die IT-Infrastruktur (hochschulinternes IT-Service Center für Hard- und Software sowie Beratung, eLearning-Plattform für Studierende) hinreichend.

Die Zentralbibliothek der Hochschule erstreckt sich über die beiden Standorte Schweinfurt und Würzburg. Die Studierenden können sich via LAN dort einloggen, um lizenzierte digitale Produkte zu nutzen. Zusätzlich kann auf viele lizenzierte Bibliotheksmaterialien (v. a. E-Books) auch von zu Hause aus mittels externem Zugang zugegriffen werden. Darüber hinaus kann die Bibliothek der Universität Würzburg genutzt werden.

Insgesamt ist der Studiengang nach Einschätzung des Gutachtergremiums gut mit den notwendigen Ressourcen zur Durchführung des Lehrbetriebs ausgestattet.

Entscheidungsvorschlag

Das Kriterium ist erfüllt.

Studiengang „Marken- und Medienmanagement“ (M.A.)

Sachstand

Neben den studiengangsübergreifenden Aspekten verfügt der Studiengang nach Auskunft der Hochschule über keine festen eigenen Stellen. Die Studienplanung, Verwaltung des Lehrpersonals und allgemeine Organisation obliegt dem Studiengangsleiter, der hierbei durch zwei bis drei Studierende als nichtwissenschaftliche Hilfskräfte unterstützt wird. Zudem obliegt dem oder der Vorsitzenden der Prüfungskommission und

seinem oder ihrem Stellvertreter bzw. seiner oder ihrer Stellvertreterin die Detailprüfung der jährlich 300 bis 400 Bewerbungen in Zusammenarbeit mit einer Mitarbeiterin des Hochschulservice Studium.

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Die Hochschule Würzburg-Schweinfurt verfügt über eine sehr gute Ausstattung an räumlichen und technischen Ressourcen, sowohl im Hinblick auf die gesamte Fakultät als auch auf den Studiengang „Marken- und Medienmanagement“ (M.A.). Die Studierenden können für die praxisorientierten Module in Kleingruppen eingeteilt werden und ihnen steht technisches Equipment sowie personelle Unterstützung in angemessenem Rahmen zur Verfügung, um ihre Praxisprojekte umzusetzen.

Hinsichtlich der Verwaltungsaufgaben, die sich in diesem Studiengang ergeben, besteht noch Entwicklungsbedarf. Die Fakultät bündelt die gesamten Verwaltungsaufgaben für alle Studiengänge auf Fakultätsebene. Dort ist die Ausstattung prinzipiell als ausreichend zu bewerten, doch ergeben sich durch die Nachfragesteigerung im Studiengang „Marken- und Medienmanagement“ (M.A.) zusätzliche Herausforderungen, die die Fakultätsleitung bewältigen muss. Anzuregen wäre hier die Schaffung einer halben VZÄ, die den Studiengangsleiter und den Vorsitzenden der Prüfungskommission unterstützt.

Entscheidungsvorschlag

Das Kriterium ist erfüllt.

Prüfungssystem ([§ 12 Abs. 4 MRVO](#))

a) Studiengangübergreifende Aspekte

Die Prüfungen zeichnen sich nach Angaben der Hochschule – sofern didaktisch und methodisch sinnvoll – durch eine Vielfalt der Formen (z. B. Klausur, Projektarbeit, wissenschaftliche Arbeit) aus.

In beiden Studiengängen dienen die Prüfungen der Feststellung, ob die formulierten Qualifikationsziele durch die Studierenden erreicht wurden. Das erfolgreiche Bestehen ist Voraussetzung für die Vergabe der ECTS-Punkte. Eine Prüfung findet gemäß Allgemeiner Prüfungsordnung als schriftliche, mündliche oder sonstige Prüfung statt. Die Arten sonstiger Prüfungsleistungen sind dem § 21 Abs. 1 Satz 2 der Allgemeinen Prüfungsordnung zu entnehmen. Bei der Auswahl der Prüfungsformen wird nach Information der Hochschule darauf geachtet, dass Modulinhalte und zu erwerbende Kompetenzen bzw. Prüfungsform sinnvoll aufeinander abgestimmt sind. Anzahl und Art der Modulprüfungen sind in beiden Studiengängen jeweils in der SPO-Anlage, den Modulbeschreibungen sowie im Studienplan definiert, wobei beim Bachelor § 7 SPO und beim Master § 6 SPO ergänzende Regelungen für sonstige Prüfungsleistungen beinhalten. Im Studienplan werden zudem zugelassene Hilfsmittel definiert.

Den Lehrenden obliegt es nach Angaben der Hochschule, für jedes Semester im Studienplan die aus seiner oder ihrer Erfahrung am besten geeignete Prüfungsform (im Rahmen der in der SPO-Anlage festgelegten Prüfungsformen) zu definieren, wobei die Studienpläne bzw. Neuregelungen gem. § 8 APO spätestens zu Beginn der Vorlesungszeit zu veröffentlichen sind. Für beide Studiengänge kommen neben den schriftlichen Prüfungen folgende sonstige Prüfungsleistungen gem. SPO-Anlage zum Einsatz: Projektarbeit, Referat, Präsentation, Dokumentation, Kolloquium, Hausarbeit, Portfolio und praktische Studienleistung.

Da gem. § 2 Abs. 3 der Rahmenprüfungsordnung der zeitliche Umfang der Lehrveranstaltungen durch Prüfungen nicht beeinträchtigt werden darf, finden Prüfungen – bis auf besondere Ausnahmefälle (§ 31 Abs. 4 APO) – nur in der vorlesungsfreien Zeit statt. Bereits in der letzten Woche der Vorlesungszeit können jedoch, sofern der Vorlesungsbetrieb nicht beeinträchtigt wird, Prüfungen in den Allgemeinwissenschaftlichen Wahlpflichtfächern abgenommen werden (§ 31 Abs. 3 APO). Die schriftlichen Prüfungen werden nach Angabe der Hochschule ausschließlich im halbjährlich stattfindenden dreiwöchigen Prüfungszeitraum abgehalten. Die sonstigen Prüfungen finden im Rahmen der zugehörigen Veranstaltung statt.

Seit dem Wintersemester 2019/20 ist eine Regelung zur verbindlichen Prüfungsanmeldung in Kraft (s. § 32 APO). Die Anmeldung zur Prüfung erfolgt modulweise für jedes Prüfungssemester über den Hochschulservice Studium innerhalb der vom Prüfungsausschuss festgelegten Frist. Das Verfahren wird vom Hochschulservice Studium im Einvernehmen mit dem Prüfungsausschuss festgelegt und hochschulweit spätestens zwei Wochen nach Beginn der Lehrveranstaltungen bekannt gegeben. Eine fristgemäße Abmeldung ist ohne Angabe von Gründen möglich und führt dazu, dass die Prüfungsleistung als nicht abgelegt gilt. Gem. § 36 Abs. 1 der Allgemeinen Prüfungsordnung kann eine nicht bestandene Modulprüfung zweimal wiederholt werden. Dabei ist die erste Wiederholung in der Regel innerhalb einer Frist von sechs Monaten nach Bekanntgabe des Ergebnisses der Bewertung abzulegen. Die zweite Wiederholungsprüfung muss innerhalb einer Frist von zwölf Monaten nach Bekanntgabe des Ergebnisses der ersten Wiederholungsprüfung abgelegt werden.

Details zur Organisation von Prüfungsleistungen sind im 6. Abschnitt der Allgemeinen Prüfungsordnung und im 3. Abschnitt der jeweiligen Studien- und Prüfungsordnung enthalten.

b) Studiengangsspezifische Bewertung

Studiengang „International Management“ (B.A.)

Sachstand

Neben den studiengangsübergreifenden Aspekten erweisen sich im Studiengang aus Sicht der Hochschule zur Lernzielkontrolle die klassischen schriftlichen Prüfungen als am sinnvollsten. Für Veranstaltungen mit interkulturellen Teams, zur Umsetzung von Lehrinhalten, für kreative Lösungsansätze oder zur Vertiefung in einzelnen Fachdisziplinen wurden, auch auf Anregung der letzten Akkreditierung hin, verstärkt Arten der

„sonstigen Prüfung“ eingesetzt. In Referaten, Präsentationen oder Kolloquien kann nach Einschätzung der Hochschule semesterbegleitend und fachspezifisch der individuelle Leistungsstand besser evaluiert werden. Die Erkenntnisse können noch im laufenden Semester für individuelle Lernfortschritte genutzt werden.

Jedes Modul wird mit einer Prüfungsleistung abgeschlossen. Eine Ausnahme bildet das Modul „Business Ethics“. Lehrformat und Prüfungsform sind nach Auskunft der Hochschule insbesondere in diesem zweisemestrigen Modul didaktisch auf den Kompetenzerwerb abgestimmt, sodass das Teilmodul für Studierende im Ausland leichter anrechenbar ist. Incomings können es isoliert mit einer eigenen Note belegen. Die Absolvierung aus dem Ausland ist ebenfalls digital möglich, um maximale Flexibilität für die Bedürfnisse der Studierenden zu schaffen.

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Der Studiengang „International Management“ (B.A.) zeichnet sich durch eine große Vielfalt an Prüfungsformen (z. B. Klausuren, Referate, Kolloquien, Portfolios) aus. Diese scheinen gut an die Struktur des Studiengangs angepasst. Entsprechend dem Studienfortschritt und der sich damit verändernden Lehrformen dominieren im ersten Studienjahr v. a. Klausuren, im zweiten Jahr fördern (Gruppen-)Hausarbeiten, Präsentationen und Portfolios die Integration von Incomings der Partnerhochschulen. Nach dem Praxissemester erfolgt im dritten Studienjahr die Wahl von Schwerpunkten, für deren Bestehen modulbezogene, spezifische Leistungsnachweise zu erbringen sind. Die Prüfungsformen können von den Lehrenden im Rahmen der Regelungen der Studien- und Prüfungsordnung individuell festgelegt und bei Bedarf vor Semesterbeginn angepasst werden, z. B. wenn in einem der QM-Regelkreise (die es auf unterschiedlichen Ebenen gibt, i. d. R. unter Einbeziehung der Studierenden) Verbesserungsbedarf deutlich geworden ist. Diese Handhabung gewährt Flexibilität zur Weiterentwicklung.

Die schriftlichen Prüfungen finden i. d. R. unmittelbar nach der Vorlesungszeit statt. Hierfür müssen sich die Studierenden verbindlich anmelden. Bei Nichtbestehen muss die Klausur im folgenden Semester wiederholt werden. Dies ist maximal zweimal möglich.

Insgesamt zeigt sich im Studiengang eine ausgewogene Prüfungsbelastung der Studierenden.

Entscheidungsvorschlag

Das Kriterium ist erfüllt.

Studiengang „Marken- und Medienmanagement“ (M.A.)

Sachstand

Neben den studiengangübergreifenden Aspekten ist im Studiengang nach Angaben der Hochschule zur Umsetzung von Lehrinhalten, für kreative Lösungsansätze und zur Vertiefung in einzelne Fachdisziplinen eine Mischung aus schriftlichen und sonstigen Prüfungen eingesetzt. In Referaten, Präsentationen oder Kolloquien kann nach Einschätzung der Hochschule semesterbegleitend und fachspezifisch der individuelle Leistungstand besser evaluiert werden. Die Erkenntnisse können zudem noch im laufenden Semester für individuelle Lernfortschritte genutzt werden.

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Die Varianz der Prüfungsformen ist im Hinblick auf die zu prüfenden Fächer als gut zu beurteilen. Die eher theoriebezogenen Fächer werden in der Regel mit einer schriftlichen Prüfung bedacht, die praxisbezogenen mittels einer sonstigen Prüfungsleistung oder einer Projektarbeit. Die Mehrzahl der Module schließt mit einer Prüfungsleistung ab, aber drei Module (03, 07 und 08) sehen je eine Prüfung pro Lehrveranstaltung vor, die dann zu einer Modulnote kombiniert werden. Eine Begründung auf fachlicher Basis bzw. über die Kompetenzorientierung ist durchaus berechtigt. Wenig nachvollziehbar erscheint dann jedoch, warum die Prüfung der Module 02, 09 und 13 nicht ähnlich erfolgt. In diesen Modulen ist jeweils nur eine schriftliche Prüfung vorgesehen, die entweder zwei sehr unterschiedlich gelagerte Fächer (13) oder jeweils ein theorie- und ein praxisorientiertes Fach (02 und 09) zusammen abdecken soll. In den zwei letztgenannten Modulen muss sich bislang in der Prüfungsleistung jeweils das praxisorientierte Fach dem theoretischen Fach unterordnen, was letztlich in der Note zu einer Verzerrung der geprüften Kompetenzen führt.

Entscheidungsvorschlag

Das Kriterium ist erfüllt.

Studierbarkeit ([§ 12 Abs. 5 MRVO](#))

a) Studiengangübergreifende Aspekte

Die Studierbarkeit wird nach Angaben der Hochschule durch eine geeignete Stundenplangestaltung mit plausibler Workloadberechnung gewährleistet. Dabei werden 30 ECTS-Punkte pro Semester vergeben. Eine inhaltlich adäquate und belastungsangemessene Prüfungsdichte und -organisation wird bei der Festlegung der Prüfungsformen in den Studien- und Prüfungsplänen sowie bei der Prüfungsplanung angestrebt. Pro Semester wird ein Studienplan ausgearbeitet und jeweils vor Semesterbeginn auf der Internetseite der Studiengänge online zur Verfügung gestellt. Dabei wird auf Überschneidungsfreiheit der Veranstaltungen geachtet.

Zu Beginn des Semesters werden die konkretisierten Prüfungsbedingungen und Hilfsmittel den Studierenden in den einzelnen Veranstaltungen sowie online kenntlich gemacht. Entsprechende Betreuungsangebote wie z. B. Tutorien sowie die fachliche Beratung durch die Modulverantwortlichen und überfachliche Studienberatungen durch die Studiengangsleiter unterstützen die Studierbarkeit nach Angaben der Hochschule zusätzlich.

Die Überprüfung des Workloads erfolgt nach Auskunft der Hochschule durch Gespräche der Lehrenden mit den Studierenden innerhalb der jeweiligen Veranstaltung und ist zusätzlich Bestandteil der systematischen und regelmäßigen Lehrveranstaltungsevaluation. Falls erforderlich, werden entsprechende Anpassungen des Arbeitsaufwandes pro Modul vorgenommen.

Die schriftlichen Modulprüfungen werden am Ende jedes Semesters während des Prüfungszeitraums angeboten, um einen Abschluss des Studiums in der Regelstudienzeit zu gewährleisten.

Die digitale Erstberatung der Studierenden findet sowohl über die Homepage der Fakultät als auch über die E-Learning-Plattform statt. Hier finden sich neben den Studien- und Prüfungsordnungen und Modulhandbüchern auch Stundenpläne, diverse Guides sowie FAQs. Weitere Beratung und Informationen erhalten die Studierenden sowohl per E-Mail als auch in Infoveranstaltungen sowie wöchentlichen Sprechstunden der Studiengangsleiter und aller beteiligten Professorinnen und Professoren.

b) Studiengangsspezifische Bewertung

Studiengang „International Management“ (B.A.)

Sachstand

(vgl. studiengangsübergreifende Aspekte)

Bis auf eine Ausnahme (Modul „Business Ethics“) findet pro Modul nur eine Prüfung statt. Dabei vergeben alle Module mindestens fünf ECTS-Punkte, sodass pro Semester, mit Ausnahme des vierten Semesters (mit sechs Prüfungen), max. fünf Prüfungen vorgesehen sind. Die Module werden teilweise jährlich und bei Bedarf auch ergänzend halbjährlich angeboten.

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Die Studierbarkeit wird durch die Berücksichtigung der Eingangsqualifikationen, eine geeignete Studienplangestaltung, eine adäquate und belastungsangemessene Prüfungsdichte und -organisation, ausreichende Überschneidungsfreiheit sowie Betreuungs- und Beratungsangebote gewährleistet.

Die Modulbeschreibungen stellen nach Ansicht des Gutachtergremiums die Inhalte der Lehrveranstaltungen angemessen dar. Auch die Angaben zur Prüfungsform („Art der Prüfung“) in den Modulbeschreibungen sind

ausreichend konkret gefasst. Im Anhang der SPO erfolgt, neben der Festlegung auf erster Stufe – auf schriftliche Prüfung, mündliche Prüfung oder sonstige Prüfungsleistung – im Falle der sonstigen Prüfungsleistung eine Konkretisierung auf explizit benannte Prüfungsformen.

Die Statistik zeigt, dass die durchschnittliche Studienzeit über der Regelstudienzeit liegt. Dies liegt nach Auskunft der Hochschule bei den Gesprächen nicht an einem zu hohen Gesamt-Workload, sondern daran, dass Studierende im Ausland gelegentlich auch Module belegen, die auf den Studiengang nicht angerechnet werden können, weswegen dann an der FHWS Module nachgeholt werden müssen. Es kommt auch vor, dass Studierende den Auslandsaufenthalt aus privaten Gründen verlängern.

Die benötigten Englischkenntnisse sind deckungsgleich mit den Anforderungen der Prüfung zum Erlangen der Allgemeinen Hochschulreife. Weiterhin werden in den ersten beiden Semestern Module zur Vertiefung und Erweiterung der englischen Sprachkenntnisse angeboten. Auch die Englischkenntnisse der Dozierenden seien laut Studierenden sehr gut. Dieses Niveau ist aus Sicht des Gutachtergremiums angemessen und sollte weiterhin beibehalten werden.

Die Überprüfung des Workloads erfolgt im Wesentlichen durch die Rückmeldung der Studierenden. Gerade im Hinblick auf eine mögliche Umstellung der Modulgrößen (fünf anstatt bisher sechs ECTS-Punkte) wird empfohlen, die Berechnung des Workloads mit der Fokussierung auf die Begebenheiten des Studiengangs erneut zu überprüfen.

Entscheidungsvorschlag

Das Kriterium ist erfüllt.

Das Gutachtergremium schlägt folgende Empfehlung vor:

- Bei der geplanten Umstellung der Modulgrößen sollte der Workload erneut überprüft werden.

Studiengang „Marken- und Medienmanagement“ (M.A.)

Sachstand

Bis auf drei Ausnahmen (Module „Qualitative Marktforschung & Online-Marktforschung“, „Markt- und Medienstrategien & Werteorientierte Unternehmensführung“ und „E-Commerce & Digitale Geschäftsmodelle“) findet pro Modul nur eine Prüfung statt. Dabei vergeben alle Module mindestens fünf ECTS-Punkte, sodass in den ersten zwei Semestern vier schriftliche Prüfungen und im dritten Semester zwei Prüfungen stattfinden. Alle Module werden einmal jährlich angeboten.

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Die Studierbarkeit wird durch die Berücksichtigung der Eingangsqualifikationen, eine geeignete Studienplanung, eine adäquate und belastungsangemessene Prüfungsdichte und -organisation, ausreichende Überschneidungsfreiheit sowie Betreuungs- und Beratungsangebote gewährleistet.

Der Studiengang ist so gestaltet, dass er Zeiträume für Aufenthalte an anderen Hochschulen und in der Praxis bietet. Die meisten Modulbeschreibungen stellen nach Ansicht des Gutachtergremiums die Inhalte der Lehrveranstaltungen übersichtlich dar. Auch die Angaben zur Prüfungsform („Art der Prüfung“) in den Modulbeschreibungen sind ausreichend konkret gefasst. Im Anhang der SPO erfolgt, neben der Festlegung auf erster Stufe – auf schriftliche Prüfung, mündliche Prüfung oder sonstige Prüfungsleistung – im Falle der sonstigen Prüfungsleistung eine Konkretisierung auf explizit benannte Prüfungsformen.

Durch die große Menge an Praxisprojekten ist der Arbeitsaufwand in den ersten beiden Semestern sehr hoch, was jedoch seitens der Studierenden nicht problematisiert wurde. Hier wäre es jedoch sinnvoll weiterhin zu beobachten, dass der Workload im Einklang mit den vergebenen ECTS-Punkten bleibt und ein Ungleichgewicht zwischen den Semestern weiterhin vermieden wird.

Der Beginn des Masterstudiums ist nur zum Wintersemester möglich. Dies ermöglicht hochschulexternen Bewerberinnen und Bewerbern ein konsekutives Studium ohne Zeitverlust, was jedoch nach Absolvieren des Bachelorstudiums an der FHWS nicht möglich ist, da das Bachelorstudium hier sieben Semester Regelstudienzeit vorsieht. Studierende nutzen das freie Sommersemester häufig für Praktika oder Reisen. Zudem lässt die regelmäßig hohe Bewerberzahl für das im Wintersemester beginnende Masterstudium aus Sicht der Hochschule keinen entsprechenden Handlungsbedarf ableiten. Dennoch ist aus Sicht des Gutachtergremiums zu empfehlen, einen Studienbeginn auch zum Sommersemester zu ermöglichen, damit ein Zeitverlust zwischen Bachelor- und Masterstudium vermieden wird. Nach Angaben der Hochschule steht einem Start im Sommersemester jedoch entgegen, dass der Studiengang zulassungsbeschränkt ist und bei den zulassungsbeschränkten Studiengängen die Abschlussnote bis zum 15. Januar eines Jahres feststehen muss. Die letzten Prüfungen werden aber auch im siebten Semester erst Anfang Februar absolviert, weshalb ein Einstieg zum Sommersemester per se nicht möglich wäre und auch aus Kapazitätsgründen derzeit nicht angeboten werden kann.

Entscheidungsvorschlag

Das Kriterium ist erfüllt.

Das Gutachtergremium schlägt dem Akkreditierungsrat folgende Empfehlung vor:

- Um Absolventen eines siebensemestrigen Bachelorstudiengangs ein konsekutives Masterstudium ohne Zeitverlust zu ermöglichen, sollte diskutiert werden, wie das Masterstudium zum Sommersemester aufgenommen werden kann.

Besonderer Profilanpruch ([§ 12 Abs. 6 MRVO](#))

(nicht einschlägig)

Fachlich-Inhaltliche Gestaltung der Studiengänge ([§ 13 MRVO](#)): Aktualität der fachlichen und wissenschaftlichen Anforderungen ([§ 13 Abs. 1 MRVO](#))

a) Studiengangsübergreifende Aspekte

Durch den Besuch und die Teilnahme an nationalen und internationalen Kongressen, Tagungen, Seminaren oder Messen nehmen die hauptamtlich Beschäftigten nach Auskunft der Hochschule Möglichkeiten der Weiterbildung und des wissenschaftlichen Austauschs wahr. Auch werden Forschungs- und Praxisfreisemester genutzt.

Bei beiden Studiengängen dient die Inanspruchnahme von Praxis- und Forschungsfreisemestern gem. Art. 11 BayHSchPG nach Angaben der Hochschule ebenfalls der Qualitätssicherung. So können Professorinnen und Professoren für die Dauer von in der Regel einem Semester für eine praxisbezogene Tätigkeit oder für die Durchführung anwendungsbezogener Forschungs- und Entwicklungsvorhaben von der Verpflichtung zur Abhaltung von Lehrveranstaltungen befreit werden.

b) Studiengangsspezifische Bewertung

Studiengang „International Management“ (B.A.)

Sachstand

(vgl. studiengangsübergreifende Aspekte)

Die Fakultät Wirtschaftswissenschaften bzw. die im Studiengang Lehrenden sind in folgenden internationalen Gremien aktiv: Network of International Business Schools (NIBS), Consortium of International Double Degrees, IHK Mainfranken Außenhandelsausschuss. Auch veranstaltet die Fakultät das Würzburger Business Forum. Die sich aus diesen Gremien und Konferenzen ergebenden Erkenntnisse sowie die Forschungsergebnisse aus den Forschungssemestern der Lehrenden im In- und Ausland fließen nach Angaben der Hochschule in die Aktualisierung der Fächer ein. Mit den internationalen Kolleginnen und Kollegen des NIBS erfolgt ein

ständiger Abgleich der unterschiedlichen Curricula und jährlich ein fachlicher Austausch über aktuelle relevante Forschungsgebiete. Die Zusammenarbeit mit den Double Degree-Partnern erfordert die Auseinandersetzung mit deren jeweiligen Studien- und Fächerstrukturen. Der Außenhandelsausschuss vermittelt bei den halbjährlichen Treffen die neuesten Erkenntnisse aus der Unternehmenspraxis.

Projekte wie der Prototyp „Bicycle Project“ oder das von Erasmus geförderte „New Modes of Mobility“ generieren nach Auskunft der Hochschule neue Methoden der Wissensvermittlung sowie des interkulturellen Austauschs und ermöglichen somit ein sich selbst erneuerndes und somit *state of the art* bleibendes Studienangebot.

Die fachlich-inhaltliche Gestaltung und die methodisch-didaktischen Ansätze des Curriculums werden nach Information im Selbstbericht in einem monatlichen Jour Fixe der am Studiengang beteiligten Lehrenden sowie wissenschaftlichen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter überprüft und ggfs. neu definiert. Jährlich findet mit den Studierendenvertreterinnen und -vertretern aller Studienjahrgänge ein Qualitätsworkshop statt. Impulse zur Diskussion und Weiterentwicklung erfolgen auch durch die Rückmeldungen der Firmen zum Praxissemester, zu den Bachelorarbeiten, bei gemeinsamen Projekten, Besichtigungen, etc. sowie durch den persönlichen Austausch mit diesen Firmen und den Absolventinnen und Absolventen.

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Im Selbstbericht und in den Gesprächen mit den Vertreterinnen und Vertretern der Hochschule ist deutlich geworden, dass die Hochschule sowohl intern als auch mit externen Personen und außeruniversitären Institutionen einen ständigen, institutionalisierten Austausch über die Weiterentwicklung der Curricula anstrebt, was das Gutachtergremium als sehr positiv bewertet. Eine hohe Aktualität und Adäquanz der Curricula ist gewährleistet.

Entscheidungsvorschlag

Das Kriterium ist erfüllt.

Studiengang „Marken- und Medienmanagement“ (M.A.)

Sachstand

(vgl. studiengangsübergreifende Aspekte)

Die im Studiengang aktiven Lehrenden sind nach Information der Hochschule in folgenden Gremien aktiv: Deutsche Werbewissenschaftliche Gesellschaft (DWG), Gesellschaft zur Erforschung des Markenwesens (GEM), Expertenrat Technologiemarken (ETM), Deutscher Marketingverband (DMV) und Arbeitsgemeinschaft für Marketing (AfM).

Die sich aus diesen Gremien und Konferenzen ergebenden Erkenntnisse sowie die Forschungsergebnisse aus den Forschungssemestern der Lehrenden im In- und Ausland fließen nach Angaben der Hochschule in die Aktualisierung der Fächer ein. Die fachlich-inhaltliche Gestaltung und die methodisch-didaktischen Ansätze des Curriculums werden jährlich mit den beteiligten Lehrenden überprüft und ggfs. neu definiert. Im Anschluss an die Semester eins und zwei findet mit allen Studierenden ein Qualitätsworkshop statt, bei dem die Wahrnehmungen der Studierenden erfasst und diskutiert und ggfs. Verbesserungen initiiert werden. Impulse zur Diskussion und Weiterentwicklung erfolgen auch durch die Rückmeldungen der Firmen bei gemeinsamen Projekten, Besichtigungen und im Rahmen von Masterarbeiten sowie durch den persönlichen Austausch mit diesen Firmen und den Absolventinnen und Absolventen. Im Sommer 2020 fand zudem erstmals eine Alumni-Konferenz statt, zu der alle bisher rund 150 Absolventinnen und Absolventen eingeladen waren.

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Im Selbstbericht und in den Gesprächen mit den Vertreterinnen und Vertretern der Hochschule ist deutlich geworden, dass die Hochschule sowohl intern als auch mit externen Personen und außeruniversitären Institutionen einen ständigen, institutionalisierten Austausch über die Weiterentwicklung der Curricula anstrebt, was das Gutachtergremium als sehr positiv bewertet. Eine hohe Aktualität und Adäquanz der Curricula ist gewährleistet.

Entscheidungsvorschlag

Das Kriterium ist erfüllt.

Lehramt ([§ 13 Abs. 2 und 3 MRVO](#))

(nicht einschlägig)

Studienerfolg ([§ 14 MRVO](#))

a) Studiengangübergreifende Aspekte

An der Hochschule wird nach eigenen Angaben ein integriertes und systematisches Qualitätsmanagement auf- und ausgebaut.

Die Qualitätssicherung der Lehre erfolgt durch hochschulweite Instrumente im Rahmen des Qualitätsmanagements. Im Jahr 2006 wurde hierzu der Ausschuss Lehrqualität gegründet. Dieser dient dem institutionalisierten Austausch der Studiendekane der zehn Fakultäten der Hochschule. Unter anderem werden hier grundlegende und aktuelle Fragen der Lehre und Lehrevaluation fakultätsübergreifend und fakultätsbezogen besprochen und bearbeitet. Den Studiendekanen obliegt der Informationstransfer der Ergebnisse zu allen

hauptamtlichen Lehrpersonen der jeweiligen Fakultäten. Mit geeigneten strukturellen Maßnahmen soll eine nachhaltige Etablierung des Qualitätsmanagements erreicht werden, wodurch auch die Weiterentwicklung von Instrumenten zur Sicherung der Qualität in der Lehre kontinuierlich verbessert werden soll. Im Rahmen des Ausschusses wurde in 2015 auch der Evaluationsleitfaden der Hochschule erarbeitet. Mit der Aktualisierung des FHWS-Evaluationsleitfadens in 2019 wurden letzte Lücken in den Regelkreisen geschlossen.

Die externe Qualitätssicherung erfolgt über Akkreditierungsverfahren und hochschulübergreifende Befragungen und Rankings externer Evaluierungseinrichtungen. Die interne Qualitätssicherung umfasst nach Angaben der Hochschule Studierendenbefragungen, Hochschulstatistiken und einen institutionalisierten Austausch. Übergreifende Instrumente zur Förderung des Studienerfolgs werden auch im Projekt BEST-FIT zur Verfügung gestellt (u. a. Entwicklung des Studienmonitors). Hochschulinterne Statistiken schließen studien-gangbezogene Kennzahlen, Ressourcen- und Kapazitätskennzahlen sowie Studienverlaufsanalysen ein.

Fakultätsübergreifend findet jährlich die hochschulweite Studieneingangsbefragung statt. Eine weitere regelmäßig stattfindende hochschulweite Befragung ist die Befragung der Studienabbrecherinnen und -abbrecher. Dabei sollen die Gründe für eine vorzeitige Beendigung des Studiums untersucht sowie Verbesserungspotenzial der Inhalte und Organisation des Studiums identifiziert werden. Auch werden seit 2017 regelmäßig fakultätsübergreifende Studienzufriedenheitsbefragungen durchgeführt. Bei Absolventenbefragungen werden die Chancen der Absolventinnen und Absolventen auf dem Arbeitsmarkt evaluiert. Die Hochschule beteiligt sich nach eigenen Angaben an den bayernweiten hochschulübergreifenden Absolventenbefragungen Bayerisches Absolventenpanel sowie Bayerische Absolventenstudien des Bayerischen Staatsinstituts für Hochschulforschung und Hochschulplanung. Zudem verpflichtet sich die Hochschule, mit allen Studiengängen am CHE-Ranking sowie am internationalen Ranking U-Multirank teilzunehmen.

Die Auswertung der hochschulweiten bzw. -übergreifenden Befragungsergebnisse wird nach Information der Hochschule über die Stabsstelle Qualität und Hochschulentwicklung bzw. das Projekt BEST-FIT realisiert. Die relevanten Ergebnisse der fakultätsübergreifenden Befragungen, welche die gesamte Hochschule betreffen, enthalten mögliche Empfehlungen zur Weiterentwicklung des hochschulweiten Studienangebotes und der Studienorganisation.

Die fakultäts- und studiengangspezifischen Ergebnisse finden Eingang in den „Studienmonitor“, auf den die Studierenden zugreifen können. Die Kennzahlen sind auch für die Zielgruppen „Dozentinnen/Dozenten“ und „Hochschulmanagement“ einsehbar. Die Ergebnisse werden besprochen und mögliche Maßnahmen zur Weiterentwicklung des Studienangebotes abgeleitet. Im Bereich „Qualitätsmanagement“ der FHWS-Homepage werden die zusammengefassten Befragungsergebnisse veröffentlicht.

Nach Angaben der Hochschule ist durch die Berücksichtigung der verschiedenen Informationsquellen wie Befragungen, Kennzahlen und systematisch implementierte Gespräche sowie den Einbezug unterschiedlicher Akteure der Hochschule eine mehrperspektivische Evaluation der Studienqualität gegeben. Neben den quantitativen Daten aus den Hochschulstatistiken und standardisierten Studierendenbefragungen findet im Rahmen des institutionalisierten Austausches eine Ergebnissprache statt. Die Ergebnisse der Befragungen sowie der Hochschulstatistiken werden diskutiert und entsprechende Vorschläge zur Verbesserung der Lehrqualität erarbeitet. Die ausgewerteten Ergebnisse der Befragungen und Hochschulstatistiken sowie die Ergebnisse und Verbesserungsvorschläge, die im Rahmen des institutionalisierten Austausches erarbeitet wurden, fließen zudem in die Lehrberichte der Fakultäten sowie in die Selbstberichte der Studiengänge im Rahmen von Akkreditierungsverfahren ein.

Im Sinne eines QM-Regelkreises werden nach Auskunft der Hochschule aus den gewonnenen Erkenntnissen der Akkreditierungsverfahren und der internen Evaluationen konkrete Maßnahmen zur Weiterentwicklung der Lehre und der studienrelevanten Prozesse abgeleitet, deren Umsetzung und Wirksamkeit wiederum im Rahmen der internen und externen Qualitätssicherungssysteme überprüft werden.

Von den Studiendekanen und -dekaninnen der einzelnen Fakultäten werden Lehrberichte als Instrument der Qualitätsverbesserung und -sicherung erstellt. Der jeweilige Studiendekan bzw. die jeweilige Studiendekanin legt den Lehrbericht dem Dekanat vor und diskutiert ihn mit den Studiengangsleitungen sowie dem Fakultätsrat. Der Vizepräsident für Lehre, Studium und Weiterbildung führt zudem Feedbackgespräche zu den Lehrberichten mit den Studiendekanen und bringt übergreifende Themen in den Ausschuss Lehrqualität ein. Auch werden die Lehrberichte in der Hochschulleitung diskutiert.

Andererseits erfolgen nach Angaben der Hochschule fakultäts- und studiengangspezifische Qualitätssicherungsmaßnahmen. Dies sind insbesondere Lehrveranstaltungsevaluationen, die auch Workloaderhebungen einschließen. Dabei wird hochschulweit vorgegeben, dass die Evaluierung durch die Studierenden für jedes Fach bzw. jede Lehrveranstaltung mindestens alle drei Jahre und für jede Lehrperson jedes Jahr in mindestens einer Lehrveranstaltung erfolgen soll. Der Studiendekan fordert einmal im Semester alle Kolleginnen und Kollegen sowie die Lehrbeauftragten zur Evaluation der Lehrveranstaltungen auf. Hierbei wird empfohlen, die Evaluation noch deutlich vor Semesterende durchzuführen, um die Ergebnisse mit den Studierenden diskutieren und eventuell gemeinsam erarbeitete Modifikationen noch während der laufenden Lehrveranstaltung umsetzen zu können. Die Ergebnisse der Evaluation sowie der Diskussion mit den Studierenden werden dem Studiendekan rückgemeldet. Das Datum des Feedbackgesprächs mit den Studierenden wird protokolliert.

Weitere Details zu den Qualitätssicherungsinstrumenten für die beiden vorliegenden Studiengänge sind im Qualitätssicherungskonzept der Fakultät erläutert, welches dem Gutachtergremium vorliegt. Auch im Rahmen von regelmäßigen Absolventenfeiern und Ehemaligentreffen werden die Stärken und Schwächen des Studiengangs reflektiert.

Teilweise werden nach Information der Hochschule auch abseits der Modulevaluationen Abfragen durchgeführt, um noch bestehende Schwächen zu erkennen und zu beseitigen. Im Fakultätsrat sitzen auch studentische Vertreterinnen und Vertreter; hier wird auch der Lehrbericht vorgestellt und diskutiert. Die Studierenden sind somit nach Auskunft der Hochschule auf mehreren Stufen in die Gestaltung und Organisation der Studiengänge einbezogen.

b) Studiengangsspezifische Bewertung

Studiengang „International Management“ (B.A.)

Sachstand

(vgl. studiengangsübergreifende Aspekte)

Die Qualitätssicherung im Studiengang erfolgt nach Angabe der Hochschule zudem durch den studiengangsspezifischen Jour Fixe des TIM (Team International Management), das für die Weiterentwicklung des Studiengangs zuständig ist. Es besteht aus im Studiengang aktiven Lehrenden der Fakultät sowie den wissenschaftlichen und nicht-wissenschaftlichen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern des Studiengangs. Im TIM werden unter anderem die Ergebnisse der QS-Instrumente diskutiert, der Weiterentwicklungsbedarf des Studiengangs geprüft und die Organisation des Studiengangs übernommen. Das TIM-Gremium trifft sich hierzu monatlich.

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Die QM-Maßnahmen und Mechanismen zur kontinuierlichen Beobachtung und Weiterentwicklung der Studienprogramme der Hochschule werden im Selbstbericht ausführlich dargelegt.

Insgesamt hat die Hochschule umfangreiche Maßnahmen zur Qualitätssicherung umgesetzt, die auch eine weitgehende Einbeziehung von Studierenden ermöglicht. Wenn dies im Einzelfall nicht erfolgt, liegt das offenbar an einem mangelnden Interesse der Studierenden, wie die HS-Leitung auf Nachfrage mitteilte. Das Gutachtergremium regt an, die Studierenden hier immer proaktiv zu einer Beteiligung zu ermutigen.

Entscheidungsvorschlag

Das Kriterium ist erfüllt.

Studiengang „Marken- und Medienmanagement“ (M.A.)

Sachstand

(vgl. studiengangsübergreifende Aspekte)

Die Qualitätssicherung im Studiengang erfolgt nach Auskunft der Hochschule auch durch den engen persönlichen Kontakt zwischen Studiengangsleitung und Prüfungskommission mit den Studierenden sowie durch die jährlichen Abstimmungen der beteiligten Lehrenden. Zudem findet im Anschluss an die Semester eins und zwei mit allen Studierenden des aktuellen Jahrgangs ein Qualitätsworkshop statt.

Beispielsweise wurde durch Besprechungen im Vorfeld der jährlichen Absolventenfeier mehrfach erfragt, weshalb die Studiendauer im Schnitt ein bis zwei Semester über der Regelstudienzeit liegt. Als Hauptgründe wurden genannt, dass einige Studierende freiwillige Praktika im In- und Ausland absolvieren, zum Teil auch in Vorbereitung für das Verfassen der Masterarbeit in Zusammenarbeit mit einem Unternehmen. Zudem haben mehrere Studierende ein Semester für ein freiwilliges soziales Engagement genutzt oder das Vollzeitstudium wird bewusst neben einer Berufstätigkeit absolviert.

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Insgesamt sind die umfangreichen Maßnahmen zur Qualitätssicherung auch auf Studiengangsebene umgesetzt. Das Gutachtergremium konnte keine Schwierigkeiten hinsichtlich der Qualitätssicherungsmaßnahmen feststellen.

Entscheidungsvorschlag

Das Kriterium ist erfüllt.

Geschlechtergerechtigkeit und Nachteilsausgleich ([§ 15 MRVO](#))

a) Studiengangsübergreifende Aspekte

Neben der Frauenbeauftragten für die gesamte Hochschule ist nach Angaben der Hochschule an jeder Fakultät eine Frauenbeauftragte tätig, die regelmäßige Sprechstunden anbietet und für die speziellen Belange der weiblichen Studierenden als Ansprechpartnerin zur Verfügung steht. Die Frauenbeauftragten tauschen sich regelmäßig aus, um gemeinsame Planungen umzusetzen. Zu den Aufgaben der Frauenbeauftragten gehören die Herstellung der verfassungsrechtlich gebotenen Chancengleichheit und die Vermeidung bzw. Beseitigung von Nachteilen für Studentinnen, Professorinnen und weibliche Lehrpersonen. Zu diesen Zwecken werden folgende Maßnahmen getroffen: Vertretung der Fraueninteressen durch die Frauenbeauftragten in allen

Hochschulgremien, Organisation von Veranstaltungen zu frauenspezifischen Themen und qualifizierte Beratung, um Frauen in ihrer Karriereplanung zu unterstützen.

Die Kinderbetreuungsstätten des Studentenwerks bieten Kinderbetreuungsmöglichkeiten an. Jedoch stehen auch innerhalb der Hochschule Aufenthaltsräume mit Wickelmöglichkeit für Studierende mit Kindern bzw. ein Wickel- und Stillraum zur Verfügung. Außerdem besteht eine Kooperation mit einer Kindertagesstätte für fünf Ganztagesplätze zur Betreuung von 1-3-jährigen Kindern Studierender.

Die Hochschule berät nach eigenen Angaben Studierende und Studieninteressierte in besonderen Lebenslagen. Zur Unterstützung stehen die Zentrale Studienberatung und auf Fakultätsebene der Studiendekan sowie der Studiengangsleiter und der Fachstudienberater des jeweiligen Studiengangs zur Verfügung.

Für Studierende aus dem Ausland sind nach Auskunft der Hochschule spezielle Betreuungs- und Beratungsangebote, zentral durch den Hochschulservice Internationales (HSIN) und dezentral innerhalb der Fakultät, durch Beratungsleistungen in Studienangelegenheiten vorgesehen.

Die Hochschule berät nach eigenen Angaben Studierende und Studieninteressierte mit Behinderung oder chronischer Erkrankung. Nachteilsausgleiche bei der Studienplatzvergabe und während des Studiums, Unterstützungsleistungen, Besonderheiten bei den Finanzierungsmöglichkeiten des Studiums und institutionelle Hilfe sowie Beratung bei Wohnungs- und Mobilitätsfragen oder bei der Organisation eventuell notwendiger Pflege gehören zur Unterstützung, die die Studienberatung der Hochschule bietet. Hierzu stehen sowohl der als Beauftragter für Studierende mit Behinderung oder chronischer Erkrankung benannte Vizepräsident der Hochschule als auch die zentrale und studiengangspezifische Studienberatung zur Verfügung. Weitere Beratungskapazität wird durch eine Kooperation mit der Kontakt- und Informationsstelle für Studierende mit Behinderung und chronischer Erkrankung (KIS) der Universität Würzburg bereitgestellt. Für gehörlose oder hörbeeinträchtigte Studierende steht eine Akustikanlage zur Verfügung. Die Räumlichkeiten der Hochschule sind mit drahtlosen Kopfhörern für Studierende mit Hörbeeinträchtigungen ausgestattet. Der Studienberater der Hochschule auf zentraler Ebene nimmt regelmäßig an Tagungen und Workshops im Bereich Studium mit Behinderung und chronischer Krankheit teil. Auch die Studierendenvertretung der Hochschule unterstützt bei Bedarf Studierende mit Behinderungen und chronischer Krankheit.

Die Regelungen zum Nachteilsausgleich von Studierenden mit Behinderung und chronischer Krankheit hinsichtlich zeitlicher und formaler Vorgaben im Studium werden in § 33 der APO beschrieben: „Studierenden, die wegen einer Behinderung nicht in der Lage sind, eine Prüfungsleistung ganz oder teilweise in der vorgesehenen Form abzulegen, wird Nachteilsausgleich gewährt, soweit dies zur Herstellung der Chancengleichheit erforderlich und möglich ist. Der Nachteilsausgleich kann insbesondere in Form einer angemessenen Verlängerung der Bearbeitungszeit oder der Ablegung der Prüfungsleistung in einer anderen Form gewährt

werden.“ Ein Antrag auf Nachteilsausgleich muss nach Information der Hochschule beim Hochschulservice Studium (HSST) gestellt werden; über ihn entscheidet der Prüfungsausschuss der Hochschule.

Außerdem besteht nach § 40 der APO die Möglichkeit, die Fristen für das Ablegen von Prüfungsleistungen auf Antrag zu verlängern, wenn sie wegen Schwangerschaft, Erziehung eines Kindes, Krankheit oder anderer nicht zu vertretender Gründe nicht eingehalten werden können.

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Durch eine hochschulweite und eine fakultätsweite Ausweisung einer oder eines Frauenbeauftragten wird sichergestellt, dass die Gleichstellung und die Gleichberechtigung der Geschlechter gefordert und gefördert werden; diese Person ist gleichzeitig Ansprechperson für Studierende mit Behinderung und chronischer Erkrankung. Aktuell wird an einem Leitfaden gearbeitet, der in naher Zukunft veröffentlicht werden soll.

Für den Nachteilsausgleich gibt es eine zentrale Beratungsinstanz, die bei der Antragstellung behilflich ist. Diese Stelle ist mit festangestellten Mitarbeitenden besetzt. Parallel könnten noch studentische Beratungen eingeführt werden, die sowohl im Bereich Gleichstellung als auch im Bereich Nachteilsausgleich beraten und informieren.

Auf der Ebene der Studiengänge werden die Konzepte der Hochschule zur Förderung der Geschlechtergerechtigkeit und Chancengleichheit von Studierenden in besonderen Lebenslagen wie beispielsweise Studierende mit gesundheitlichen Beeinträchtigungen oder Studierende mit Kindern umgesetzt.

Entscheidungsvorschlag

Das Kriterium ist für beide Studiengänge erfüllt.

Sonderregelungen für Joint-Degree-Programme ([§ 16 MRVO](#))

(nicht einschlägig)

Kooperationen mit nichthochschulischen Einrichtungen ([§ 19 MRVO](#))

(nicht einschlägig)

Hochschulische Kooperationen ([§ 20 MRVO](#))

a) Studiengangübergreifende Aspekte

(nicht zutreffend)

b) Studiengangsspezifische Bewertung

Studiengang „International Management“ (B.A.)

Sachstand

Die Fakultät Wirtschaftswissenschaften bietet für den Studiengang „International Management“ (B.A.) die Möglichkeit zu einem Double Degree-Programm an. Hierbei handelt es sich um ein spezifisches Abkommen, welches üblicherweise zwischen zwei Partnerhochschulen in unterschiedlichen Ländern geschlossen wird. Im Rahmen dieses Abkommens absolvieren die Studierenden ein speziell zwischen den Hochschulen abgestimmtes Studienprogramm (basierend auf beidseitiger Anrechnung der Studien- und Prüfungsleistungen) und erhalten nach dem erfolgreichen Abschluss des Programms sowohl das Zeugnis der eigenen wie auch das Zeugnis der Partnerhochschule.

Basierend auf dem Studienplan des Studiengangs wird in Zusammenarbeit mit den Verantwortlichen der Partnerhochschulen das Gesamtprogramm verglichen, um die Vergleichbarkeit der beiden Studiengänge sicherzustellen. Hernach werden im Rahmen von gemeinsamen Treffen die substituierbaren Fächer der Semester drei und vier ausgewählt und in einer Tabelle gegenübergestellt. Substituierbar bedeutet in diesem Rahmen, dass kein wesentlicher Unterschied bei den durch die Fächer vermittelten Kompetenzen besteht. Damit ist die Anrechnung für die Studierenden beider Hochschulen sichergestellt und eine Rechtssicherheit auf beiden Seiten gewährleistet. Im Anschluss an diese Vorarbeiten wird ein von der Hochschule geprüfter und qualitätsgesicherter Mustervertrag von beiden Seiten unterzeichnet. Die Fächergegenüberstellungen sind Teil des Vertrages.

Um die Qualität sicherzustellen, wird jeder Studierende im Double Degree-Programm der Fakultät im Vorlauf, während und nach dem Studienaufenthalt an der jeweiligen Partnerhochschule intensiv von den jeweiligen Koordinatoren der Partnerhochschulen betreut. Hierunter fallen Beratungsgespräche zur optimalen Wahl des Studienortes unter Berücksichtigung der Fächerauswahl, der Partnerhochschule und deren Kompetenzvermittlung, akademische und administrative Hilfestellung während des Aufenthaltes und Sicherstellung der Anrechnung der Leistungen nach dem Aufenthalt.

Im Rahmen des Double Degree-Programms schloss die Fakultät Wirtschaftswissenschaften bereits im Jahr 1995 ihren ersten Double Degree-Kooperationsvertrag und unterhält derzeit im Studiengang „International Management“ (B.A.) Partnerschaften mit folgenden Hochschulen:

- IBS – Plekhanov Russian University of Economics, Moskau, Russland
- University of Management and Economics (UMTE), St. Petersburg, Russland
- International College of Management, Sydney, Australien

- Rajamangala University of Technology Phra Nakhon, Bangkok, Thailand
- Saimaa University of Applied Sciences, Lappeenranta, Finnland
- Seinäjoki University of Applied Sciences, Seinäjoki, Finnland
- Shi Chien University (USC), Taipeh, Taiwan
- Unicorn College, Prague, Czech Republic
- Riseba University of Applied Sciences, Riga, Latvia
- Lucian Blaga University, Sibiu, Romania

Die Kooperationssprache ist nach Angaben der Hochschule durchgängig Englisch. Darüber hinaus bestehen 38 Kooperationsabkommen für die Studierenden des Studiengangs „International Management“ (B.A.) sowie 62 Hochschulpartnerschaften der Fakultät Wirtschaftswissenschaften, auf die die BIM Studierenden ebenfalls zugreifen können, davon 55 in Europa, 34 in Asien, fünf in Nordamerika, fünf in Südamerika und eine in Australien. Die Studierenden haben die Möglichkeit, in diesem weltweiten, umfassenden Netz ein oder mehrere Austauschsemester zu verbringen. Auch für das Lehrpersonal bieten sich Möglichkeiten für Gastdozenten oder gemeinsame Forschungsprojekte.

Die Studiengangsleitung und mehrere Kollegen und Kolleginnen im Bereich Marketing sind zudem in der Arbeitsgemeinschaft für Marketing aktiv und tauschen sich jährlich auf einer mehrtägigen Jahrestagung mit Kollegen und Kolleginnen aus den Bereichen Marketing und Vertrieb aus. Zudem werden immer wieder Gastvorträge durch das Lehrpersonal befreundeter Hochschulen im Studiengang angeboten.

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Die Hochschule verfügt über ein ausgezeichnetes Netz von Hochschulpartnerschaften. Studierende des Studiengangs „International Management“ (B.A.) können auf 10 Double Degree-Programme, 38 Kooperationsabkommen und weitere 62 Hochschulpartnerschaften auf Fakultätsebene zurückgreifen.

Im Fall der Double-Degree-Programme liegen zehn entsprechende Kooperationsverträge vor. Bei diesen Programmen ist momentan der Fokus sehr stark auf Zentral-/ Osteuropa und Asien gelegt. Hier wäre ein Ausbau des Netzwerkes in Richtung Westeuropa anzuraten, um ein ausgewogeneres Angebot zu schaffen. Betrachtet man allerdings das gesamte Netzwerk, so ist die geografische Streuung wesentlich breiter, und es ergeben sich die beiden Schwerpunkte Europa und Asien.

Die Hochschulkooperationen werden von der Fakultät in sehr gutem Maße für die Studierendenmobilität, die Mobilität von Lehrenden, das Hochschulmarketing der FHWS und gemeinsame Projekte genutzt. Hervor-

zuheben ist hier die Strategische Partnerschaft Erasmus+ „New Modes of Mobility“, wo Konzepte zur virtuellen bzw. hybriden Mobilität zusammen mit den beteiligten Partnerhochschulen entwickelt werden, welche dann wiederum von Studierenden und Lehrenden genutzt werden.

Auf der operativen Ebene bestehen sehr enge und fortlaufende Abstimmungsprozesse mit den einzelnen Partnerhochschulen. Die gute Betreuung der Studierenden, aber auch der Gastdozierenden ist damit sichergestellt. Die Hochschule bemüht sich zudem, Englisch als Arbeitssprache auf allen Ebenen fest zu verankern: bei den Studierenden und Lehrenden, aber ebenso in der Verwaltung.

Die Umsetzung und Qualität des Studiengangskonzepts der FHWS ist in der Zusammenarbeit mit ihren Partnern gewährleistet.

Entscheidungsvorschlag

Das Kriterium ist erfüllt.

Studiengang „Marken- und Medienmanagement“ (M.A.)

(nicht zutreffend)

Besondere Kriterien für Bachelorausbildungsgänge an Berufsakademien ([§ 21 MRVO](#))

(nicht einschlägig)

3 Begutachtungsverfahren

3.1 Allgemeine Hinweise

Aufgrund der Covid-19-Situationslage wurden die vorgesehenen Gespräche in Abstimmung mit der Gutachtergruppe als Online-Videokonferenz durchgeführt.

Das Verfahren wurde durch die die Akkreditierungskommission von ACQUIN e. V. fachlich-inhaltlich begleitet. Die Akkreditierungskommission schließt sich auf ihrer Sitzung am 03. Dezember 2020 auf Grundlage des Akkreditierungsberichts und der Stellungnahme der Hochschule dem Votum der Gutachtergruppe an.

3.2 Rechtliche Grundlagen

- Akkreditierungsstaatsvertrag
- Verordnung zur Regelung der Studienakkreditierung nach dem Studienakkreditierungsstaatsvertrag (Bayerische Studienakkreditierungsverordnung – BayStudAkkV)

3.3 Gutachtergremium

a) Hochschullehrerinnen/ Hochschullehrer

- **Prof. Dr. Stefan Bleiweis**, Hochschule Karlsruhe, Lehrgebiete: Allgemeine BWL, Controlling/ Rechnungswesen, Corporate Management, International Business and Management
- **Prof. Thomas Dreiskämper**, Hochschule Fresenius, Professor für Medienmanagement
- **Prof. Dr. Dorit Kluge**, hwtk Berlin, Professorin für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Schwerpunkt Marketingkommunikation und Digitale Medien

b) Vertreter der Berufspraxis

- **Christoph Sodemann**, Bremen, Inhaber PR-Agentur get linx – media + solutions

c) Vertreter der Studierenden

- **Milan Grammerstorf**, RWTH Aachen, Studierender im Studiengang „Betriebswirtschaftslehre/Business Administration“ (B.Sc.)

4 Datenblatt

4.1 Daten zu den Studiengängen (Stand: 24.09.2020)

Studiengang „International Management“ (B.A.)*

Erfassung „Abschlussquote“⁽²⁾ und „Studierende nach Geschlecht“

Angaben für den Zeitraum der vergangenen Akkreditierung⁽³⁾ in Zahlen (Spalten 4, 7, 10 und 13 in Prozent-Angaben)

semesterbezo- gene Kohorten	Studienanfänger*Innen			Absolvent*Innen in RSZ			Absolvent*Innen in RSZ + 1 Semester			Absolvent*Innen in RSZ + 2 Semester		
	insgesamt	davon Frauen		insgesamt	davon Frauen		insgesamt	davon Frauen		insgesamt	davon Frauen	
		absolut	%		absolut	%		absolut	%		absolut	%
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	(11)	(12)	(13)
SS 2020	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
WS 2019/2020	86	49	56,98%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
SS 2019 ¹⁾	1	1	100,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
WS 2018/2019	84	55	65,48%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
SS 2018	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
WS 2017/2018	67	45	67,16%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
SS 2017	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0		0,00%
WS 2016/2017	73	49	67,12%	6	4	66,67%	13	12	92,31%	0	0	0,00%
SS 2016	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
WS 2015/2016	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
SS 2015	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
WS 2014/2015	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
SS 2014	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
WS 2013/2014	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
Insgesamt	311	199	63,99%	6	4	66,67%	13	12	92,31%	0	0	0,00%

¹⁾ Geben Sie absteigend die Semester der gültigen Akkreditierung ein, die in Spalte 1 eingegebenen Semesterangaben sind beispielhaft.

²⁾ Definition der kohortenbezogenen Erfolgsquote: Absolvent*Innen, die ihr Studium in RSZ plus bis zu zwei Semester absolviert haben. Berechnung: „Absolventen mit Studienbeginn im Semester X“ geteilt durch „Studienanfänger mit Studienbeginn im Semester X“, d.h. für **jedes** Semester; hier beispielhaft ausgehend von den Absolvent*Innen in RSZ + 2 Semester im WS 2012/2013.

³⁾ Das gilt auch für bereits laufende oder noch nicht akkreditierte Studiengänge.

* Start Studienbetrieb am 01.10.16; Akkreditierungszeitraum 30.09.16 bis 30.09.21

Erfassung „Notenverteilung“

Notenspiegel der Abschlussnoten des Studiengangs

Angaben für den Zeitraum der vergangenen Akkreditierung²⁾ in Zahlen für das jeweilige Semester

	Sehr gut	Gut	Befriedigend	Ausreichend	Mangelhaft/ Ungenügend
	≤ 1,5	> 1,5 ≤ 2,5	> 2,5 ≤ 3,5	> 3,5 ≤ 4	> 4
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
SS 2020	3	23	0	0	0
WS 2019/2020	1	5	0	0	0
SS 2019 ¹⁾	0	0	0	0	0
WS 2018/2019	0	0	0	0	0
SS 2018	0	0	0	0	0
WS 2017/2018	0	0	0	0	0
SS 2017	0	0	0	0	0
WS 2016/2017	0	0	0	0	0
SS 2016	0	0	0	0	0
WS 2015/2016	0	0	0	0	0
SS 2015	0	0	0	0	0
WS 2014/2015	0	0	0	0	0
SS 2014	0	0	0	0	0
WS 2013/2014	0	0	0	0	0
Insgesamt	4	28	0	0	0

¹⁾ Geben Sie absteigend die Semester der gültigen Akkreditierung ein, die in Spalte 1 eingegebenen Semesterangaben sind beispielhaft.

²⁾ Das gilt auch für bereits laufende oder noch nicht akkreditierte Studiengänge.

Erfassung „Durchschnittliche Studiendauer“

Angaben für den Zeitraum der vergangenen Akkreditierung²⁾ in Zahlen für das jeweilige Semester

	Studiendauer schneller als RSZ	Studiendauer in RSZ	Studiendauer in RSZ + 1 Semester	≥ Studiendauer in RSZ + 2 Semester	Gesamt (= 100%)
	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
SS 2020	0	0	26	0	26
WS 2019/2020	0	6	0	0	6
SS 2019 ¹⁾	0	0	0	0	0
WS 2018/2019	0	0	0	0	0
SS 2018	0	0	0	0	0
WS 2017/2018	0	0	0	0	0
SS 2017	0	0	0	0	0
WS 2016/2017	0	0	0	0	0
SS 2016	0	0	0	0	0
WS 2015/2016	0	0	0	0	0
SS 2015	0	0	0	0	0
WS 2014/2015	0	0	0	0	0
SS 2014	0	0	0	0	0
WS 2013/2014	0	0	0	0	0
Insgesamt	0	6	26	0	32

¹⁾ Geben Sie absteigend die Semester der gültigen Akkreditierung ein, die in Spalte 1 eingegebenen Semesterangaben sind beispielhaft.

²⁾ Das gilt auch für bereits laufende oder noch nicht akkreditierte Studiengänge.

Studiengang „Marken- und Medienmanagement“ (M.A.)*

Erfassung „Abschlussquote“⁽²⁾ und „Studierende nach Geschlecht“

Angaben für den Zeitraum der vergangenen Akkreditierung⁽³⁾ in Zahlen (Spalten 4, 7, 10 und 13 in Prozent-Angaben)

semesterbezo- gene Kohorten	Studienanfänger*Innen			Absolvent*Innen in RSZ			Absolvent*Innen in RSZ + 1 Semester			Absolvent*Innen in RSZ + 2 Semester		
	insgesamt	davon Frauen		insgesamt	davon Frauen		insgesamt	davon Frauen		insgesamt	davon Frauen	
		absolut	%		absolut	%		absolut	%		absolut	%
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	(11)	(12)	(13)
SS 2020	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
WS 2019/2020	30	28	93,33%	1	1	100,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
SS 2019 ¹⁾	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
WS 2018/2019	28	27	96,43%	1	1	100,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
SS 2018	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
WS 2017/2018	31	27	87,10%	1	1	100,00%	10	9	90,00%	8	8	100,00%
SS 2017	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
WS 2016/2017	37	25	67,57%	2	2	100,00%	10	7	70,00%	15	10	66,67%
SS 2016	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
WS 2015/2016	29	23	79,31%	3	3	100,00%	10	7	70,00%	10	8	80,00%
SS 2015	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
WS 2014/2015	28	19	67,86%	0	0	0,00%	16	9	56,25%	8	7	87,50%
SS 2014	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
WS 2013/2014	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
Insgesamt	183	149	81,42%	8	8	100,00%	46	32	69,57%	41	33	80,49%

¹⁾ Geben Sie absteigend die Semester der gültigen Akkreditierung ein, die in Spalte 1 eingegebenen Semesterangaben sind beispielhaft.

²⁾ Definition der kohortenbezogenen Erfolgsquote: Absolvent*Innen, die ihr Studium in RSZ plus bis zu zwei Semester absolviert haben. Berechnung: „Absolventen mit Studienbeginn im Semester X“ geteilt durch „Studienanfänger mit Studienbeginn im Semester X“, d.h. für jedes Semester; hier beispielhaft ausgehend von den Absolvent*Innen in RSZ + 2 Semester im WS 2012/2013.

³⁾ Das gilt auch für bereits laufende oder noch nicht akkreditierte Studiengänge.

* Start Studienbetrieb am 01.10.14; Akkreditierungszeitraum 30.09.16 bis 30.09.21

Erfassung „Notenverteilung“

Notenspiegel der Abschlussnoten des Studiengangs

Angaben für den Zeitraum der vergangenen Akkreditierung²⁾ in Zahlen für das jeweilige Semester

	Sehr gut	Gut	Befriedigend	Ausreichend	Mangelhaft/ Ungenügend
	≤ 1,5	> 1,5 ≤ 2,5	> 2,5 ≤ 3,5	> 3,5 ≤ 4	> 4
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
SS 2020	6	9	0	0	0
WS 2019/2020	7	5	0	0	0
SS 2019 ¹⁾	6	10	0	0	0
WS 2018/2019	5	10	0	0	0
SS 2018	6	9	0	0	0
WS 2017/2018	2	10	0	0	0
SS 2017	4	9	0	0	0
WS 2016/2017	3	8	0	0	0
SS 2016	6	9	0	0	0
WS 2015/2016	0	0	0	0	0
SS 2015	0	0	0	0	0
WS 2014/2015	0	0	0	0	0
SS 2014	0	0	0	0	0
WS 2013/2014	0	0	0	0	0
Insgesamt	45	79	0	0	0

¹⁾ Geben Sie absteigend die Semester der gültigen Akkreditierung ein, die in Spalte 1 eingegebenen Semesterangaben sind beispielhaft.

²⁾ Das gilt auch für bereits laufende oder noch nicht akkreditierte Studiengänge.

Erfassung „Durchschnittliche Studiendauer“

Angaben für den Zeitraum der vergangenen Akkreditierung²⁾ in Zahlen für das jeweilige Semester

	Studiendauer schneller als RSZ	Studiendauer in RSZ	Studiendauer in RSZ + 1 Semester	≥ Studiendauer in RSZ + 2 Semester	Gesamt (= 100%)
	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
SS 2020	0	0	0	3	3
WS 2019/2020	0	1	1	10	12
SS 2019 ¹⁾	0	0	9	7	16
WS 2018/2019	0	1	0	14	15
SS 2018	0	0	10	5	15
WS 2017/2018	0	2	0	10	12
SS 2017	0	0	10	3	13
WS 2016/2017	0	3	1	7	11
SS 2016	0	0	15	0	15
WS 2015/2016	0	0	0	0	0
SS 2015	0	0	0	0	0
WS 2014/2015	0	0	0	0	0
SS 2014	0	0	0	0	0
WS 2013/2014	0	0	0	0	0
Insgesamt	0	7	46	59	112

¹⁾ Geben Sie absteigend die Semester der gültigen Akkreditierung ein, die in Spalte 1 eingegebenen Semesterangaben sind beispielhaft.

²⁾ Das gilt auch für bereits laufende oder noch nicht akkreditierte Studiengänge.

4.2 Daten zur Akkreditierung

Vertragsschluss Hochschule – Agentur:	15.01.2020
Eingang der Selbstdokumentation:	27.05.2020
Zeitpunkt der Begehung:	03.07.2020
Personengruppen, mit denen Gespräche geführt worden sind:	Studiengangsleitung, Lehrende und Studierende beider Studiengänge; Hochschulleitung
An räumlicher und sächlicher Ausstattung wurde berücksichtigt (optional, sofern fachlich angezeigt):	Akkreditierungsgespräche wurden online geführt

Studiengang „International Management“ (B.A.) und Studiengang „Marken- und Medienmanagement“ (M.A.)

Erstakkreditiert am:	Von 30.09.2016 bis 30.09.2021
Begutachtung durch Agentur:	FIBAA

5 Glossar

Akkreditierungsbericht	Der Akkreditierungsbericht besteht aus dem von der Agentur erstellten Prüfbericht (zur Erfüllung der formalen Kriterien) und dem von dem Gutachtergremium erstellten Gutachten (zur Erfüllung der fachlich-inhaltlichen Kriterien).
Akkreditierungsverfahren	Das gesamte Verfahren von der Antragstellung der Hochschule bei der Agentur bis zur Entscheidung durch den Akkreditierungsrat (Begutachtungsverfahren + Antragsverfahren)
Antragsverfahren	Verfahren von der Antragstellung der Hochschule beim Akkreditierungsrat bis zur Beschlussfassung durch den Akkreditierungsrat
Begutachtungsverfahren	Verfahren von der Antragstellung der Hochschule bei einer Agentur bis zur Erstellung des fertigen Akkreditierungsberichts
Gutachten	Das Gutachten wird von dem Gutachtergremium erstellt und bewertet die Erfüllung der fachlich-inhaltlichen Kriterien
Internes Akkreditierungsverfahren	Hochschulinternes Verfahren, in dem die Erfüllung der formalen und fachlich-inhaltlichen Kriterien auf Studiengangsebene durch eine systemakkreditierte Hochschule überprüft wird.
MRVO	Musterrechtsverordnung
Prüfbericht	Der Prüfbericht wird von der Agentur erstellt und bewertet die Erfüllung der formalen Kriterien
Reakkreditierung	Erneute Akkreditierung, die auf eine vorangegangene Erst- oder Reakkreditierung folgt.
StAkkrStV	Studienakkreditierungsstaatsvertrag

Anhang

§ 3 Studienstruktur und Studiendauer

(1) ¹Im System gestufter Studiengänge ist der Bachelorabschluss der erste berufsqualifizierende Regelabschluss eines Hochschulstudiums; der Masterabschluss stellt einen weiteren berufsqualifizierenden Hochschulabschluss dar. ²Grundständige Studiengänge, die unmittelbar zu einem Masterabschluss führen, sind mit Ausnahme der in Absatz 3 genannten Studiengänge ausgeschlossen.

(2) ¹Die Regelstudienzeiten für ein Vollzeitstudium betragen sechs, sieben oder acht Semester bei den Bachelorstudiengängen und vier, drei oder zwei Semester bei den Masterstudiengängen. ²Im Bachelorstudium beträgt die Regelstudienzeit im Vollzeitstudium mindestens drei Jahre. ³Bei konsekutiven Studiengängen beträgt die Gesamtregelstudienzeit im Vollzeitstudium fünf Jahre (zehn Semester). ⁴Wenn das Landesrecht dies vorsieht, sind kürzere und längere Regelstudienzeiten bei entsprechender studienorganisatorischer Gestaltung ausnahmsweise möglich, um den Studierenden eine individuelle Lernbiografie, insbesondere durch Teilzeit-, Fern-, berufsbegleitendes oder duales Studium sowie berufspraktische Semester, zu ermöglichen. ⁵Abweichend von Satz 3 können in den künstlerischen Kernfächern an Kunst- und Musikhochschulen nach näherer Bestimmung des Landesrechts konsekutive Bachelor- und Masterstudiengänge auch mit einer Gesamtregelstudienzeit von sechs Jahren eingerichtet werden.

(3) Theologische Studiengänge, die für das Pfarramt, das Priesteramt und den Beruf der Pastoralreferentin oder des Pastoralreferenten qualifizieren („Theologisches Vollstudium“), müssen nicht gestuft sein und können eine Regelstudienzeit von zehn Semestern aufweisen.

[Zurück zum Prüfbericht](#)

§ 4 Studiengangprofile

(1) ¹Masterstudiengänge können in „anwendungsorientierte“ und „forschungsorientierte“ unterschieden werden. ²Masterstudiengänge an Kunst- und Musikhochschulen können ein besonderes künstlerisches Profil haben. ³Masterstudiengänge, in denen die Bildungsvoraussetzungen für ein Lehramt vermittelt werden, haben ein besonderes lehramtsbezogenes Profil. ⁴Das jeweilige Profil ist in der Akkreditierung festzustellen.

(2) ¹Bei der Einrichtung eines Masterstudiengangs ist festzulegen, ob er konsekutiv oder weiterbildend ist. ²Weiterbildende Masterstudiengänge entsprechen in den Vorgaben zur Regelstudienzeit und zur Abschlussarbeit den konsekutiven Masterstudiengängen und führen zu dem gleichen Qualifikationsniveau und zu denselben Berechtigungen.

(3) Bachelor- und Masterstudiengänge sehen eine Abschlussarbeit vor, mit der die Fähigkeit nachgewiesen wird, innerhalb einer vorgegebenen Frist ein Problem aus dem jeweiligen Fach selbständig nach wissenschaftlichen bzw. künstlerischen Methoden zu bearbeiten.

[Zurück zum Prüfbericht](#)

§ 5 Zugangsvoraussetzungen und Übergänge zwischen Studienangeboten

(1) ¹Zugangsvoraussetzung für einen Masterstudiengang ist ein erster berufsqualifizierender Hochschulabschluss. ²Bei weiterbildenden und künstlerischen Masterstudiengängen kann der berufsqualifizierende Hochschulabschluss durch eine Eingangsprüfung ersetzt werden, sofern Landesrecht dies vorsieht. ³Weiterbildende Masterstudiengänge setzen qualifizierte berufspraktische Erfahrung von in der Regel nicht unter einem Jahr voraus.

(2) ¹Als Zugangsvoraussetzung für künstlerische Masterstudiengänge ist die hierfür erforderliche besondere künstlerische Eignung nachzuweisen. ²Beim Zugang zu weiterbildenden künstlerischen Masterstudiengängen können auch berufspraktische Tätigkeiten, die während des Studiums abgeleistet werden, berücksichtigt werden, sofern Landesrecht dies ermöglicht. Das Erfordernis berufspraktischer Erfahrung gilt nicht an Kunsthochschulen für solche Studien, die einer Vertiefung freikünstlerischer Fähigkeiten dienen, sofern landesrechtliche Regelungen dies vorsehen.

(3) Für den Zugang zu Masterstudiengängen können weitere Voraussetzungen entsprechend Landesrecht vorgesehen werden.

[Zurück zum Prüfbericht](#)

§ 6 Abschlüsse und Abschlussbezeichnungen

(1) ¹Nach einem erfolgreich abgeschlossenen Bachelor- oder Masterstudiengang wird jeweils nur ein Grad, der Bachelor- oder Mastergrad, verliehen, es sei denn, es handelt sich um einen Multiple-Degree-Abschluss. ²Dabei findet keine Differenzierung der Abschlussgrade nach der Dauer der Regelstudienzeit statt.

(2) ¹Für Bachelor- und konsekutive Mastergrade sind folgende Bezeichnungen zu verwenden:

1. Bachelor of Arts (B.A.) und Master of Arts (M.A.) in den Fächergruppen Sprach- und Kulturwissenschaften, Sport, Sportwissenschaft, Sozialwissenschaften, Kunstwissenschaft, Darstellende Kunst und bei entsprechender inhaltlicher Ausrichtung in der Fächergruppe Wirtschaftswissenschaften sowie in künstlerisch angewandten Studiengängen,
2. Bachelor of Science (B.Sc.) und Master of Science (M.Sc.) in den Fächergruppen Mathematik, Naturwissenschaften, Medizin, Agrar-, Forst- und Ernährungswissenschaften, in den Fächergruppen Ingenieurwissenschaften und Wirtschaftswissenschaften bei entsprechender inhaltlicher Ausrichtung,
3. Bachelor of Engineering (B.Eng.) und Master of Engineering (M.Eng.) in der Fächergruppe Ingenieurwissenschaften bei entsprechender inhaltlicher Ausrichtung,
4. Bachelor of Laws (LL.B.) und Master of Laws (LL.M.) in der Fächergruppe Rechtswissenschaften,
5. Bachelor of Fine Arts (B.F.A.) und Master of Fine Arts (M.F.A.) in der Fächergruppe Freie Kunst,
6. Bachelor of Music (B.Mus.) und Master of Music (M.Mus.) in der Fächergruppe Musik,
7. ¹Bachelor of Education (B.Ed.) und Master of Education (M.Ed.) für Studiengänge, in denen die Bildungsvoraussetzungen für ein Lehramt vermittelt werden. ²Für einen polyvalenten Studiengang kann entsprechend dem inhaltlichen Schwerpunkt des Studiengangs eine Bezeichnung nach den Nummern 1 bis 7 vorgesehen werden.

²Fachliche Zusätze zu den Abschlussbezeichnungen und gemischtsprachige Abschlussbezeichnungen sind ausgeschlossen. ³Bachelorgrade mit dem Zusatz „honours“ („B.A. hon.“) sind ausgeschlossen. ⁴Bei interdisziplinären und Kombinationsstudiengängen richtet sich die Abschlussbezeichnung nach demjenigen Fachgebiet, dessen Bedeutung im Studiengang überwiegt. ⁵Für Weiterbildungsstudiengänge dürfen auch Mastergrade verwendet werden, die von den vorgenannten Bezeichnungen abweichen. ⁶Für theologische Studiengänge, die für das Pfarramt, das Priesteramt und den Beruf der Pastoralreferentin oder des Pastoralreferenten qualifizieren („Theologisches Vollstudium“), können auch abweichende Bezeichnungen verwendet werden.

(3) In den Abschlussdokumenten darf an geeigneter Stelle verdeutlicht werden, dass das Qualifikationsniveau des Bachelorabschlusses einem Diplomabschluss an Fachhochulen bzw. das Qualifikationsniveau eines Masterabschlusses einem Diplomabschluss an Universitäten oder gleichgestellten Hochschulen entspricht.

(4) Auskunft über das dem Abschluss zugrundeliegende Studium im Einzelnen erteilt das Diploma Supplement, das Bestandteil jedes Abschlusszeugnisses ist.

[Zurück zum Prüfbericht](#)

§ 7 Modularisierung

(1) ¹Die Studiengänge sind in Studieneinheiten (Module) zu gliedern, die durch die Zusammenfassung von Studieninhalten thematisch und zeitlich abgegrenzt sind. ²Die Inhalte eines Moduls sind so zu bemessen, dass sie in der Regel innerhalb von maximal zwei aufeinander folgenden Semestern vermittelt werden können; in besonders begründeten Ausnahmefällen kann sich ein Modul auch über mehr als zwei Semester erstrecken. ³Für das künstlerische Kernfach im Bachelorstudium sind mindestens zwei Module verpflichtend, die etwa zwei Drittel der Arbeitszeit in Anspruch nehmen können.

(2) ¹Die Beschreibung eines Moduls soll mindestens enthalten:

1. Inhalte und Qualifikationsziele des Moduls,
2. Lehr- und Lernformen,
3. Voraussetzungen für die Teilnahme,
4. Verwendbarkeit des Moduls,
5. Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Leistungspunkten entsprechend dem European Credit Transfer System (ECTS-Leistungspunkte),
6. ECTS-Leistungspunkte und Benotung,
7. Häufigkeit des Angebots des Moduls,

8. Arbeitsaufwand und

9. Dauer des Moduls.

(3) ¹Unter den Voraussetzungen für die Teilnahme sind die Kenntnisse, Fähigkeiten und Fertigkeiten für eine erfolgreiche Teilnahme und Hinweise für die geeignete Vorbereitung durch die Studierenden zu benennen. ²Im Rahmen der Verwendbarkeit des Moduls ist darzustellen, welcher Zusammenhang mit anderen Modulen desselben Studiengangs besteht und inwieweit es zum Einsatz in anderen Studiengängen geeignet ist. ³Bei den Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Leistungspunkten ist anzugeben, wie ein Modul erfolgreich absolviert werden kann (Prüfungsart, -umfang, -dauer).

[Zurück zum Prüfbericht](#)

§ 8 Leistungspunktesystem

(1) ¹Jedem Modul ist in Abhängigkeit vom Arbeitsaufwand für die Studierenden eine bestimmte Anzahl von ECTS-Leistungspunkten zuzuordnen. ²Je Semester sind in der Regel 30 Leistungspunkte zu Grunde zu legen. ³Ein Leistungspunkt entspricht einer Gesamtarbeitsleistung der Studierenden im Präsenz- und Selbststudium von 25 bis höchstens 30 Zeitstunden. ⁴Für ein Modul werden ECTS-Leistungspunkte gewährt, wenn die in der Prüfungsordnung vorgesehenen Leistungen nachgewiesen werden. ⁵Die Vergabe von ECTS-Leistungspunkten setzt nicht zwingend eine Prüfung, sondern den erfolgreichen Abschluss des jeweiligen Moduls voraus.

(2) ¹Für den Bachelorabschluss sind nicht weniger als 180 ECTS-Leistungspunkte nachzuweisen. ²Für den Masterabschluss werden unter Einbeziehung des vorangehenden Studiums bis zum ersten berufsqualifizierenden Abschluss 300 ECTS-Leistungspunkte benötigt. ³Davon kann bei entsprechender Qualifikation der Studierenden im Einzelfall abgewichen werden, auch wenn nach Abschluss eines Masterstudiengangs 300 ECTS-Leistungspunkte nicht erreicht werden. ⁴Bei konsekutiven Bachelor- und Masterstudiengängen in den künstlerischen Kernfächern an Kunst- und Musikhochschulen mit einer Gesamtregelstudienzeit von sechs Jahren wird das Masterniveau mit 360 ECTS-Leistungspunkten erreicht.

(3) ¹Der Bearbeitungsumfang beträgt für die Bachelorarbeit 6 bis 12 ECTS-Leistungspunkte und für die Masterarbeit 15 bis 30 ECTS-Leistungspunkte. ²In Studiengängen der Freien Kunst kann in begründeten Ausnahmefällen der Bearbeitungsumfang für die Bachelorarbeit bis zu 20 ECTS-Leistungspunkte und für die Masterarbeit bis zu 40 ECTS-Leistungspunkte betragen.

(4) ¹In begründeten Ausnahmefällen können für Studiengänge mit besonderen studienorganisatorischen Maßnahmen bis zu 75 ECTS-Leistungspunkte pro Studienjahr zugrunde gelegt werden. ²Dabei ist die Arbeitsbelastung eines ECTS-Leistungspunktes mit 30 Stunden bemessen. ³Besondere studienorganisatorische Maßnahmen können insbesondere Lernumfeld und Betreuung, Studienstruktur, Studienplanung und Maßnahmen zur Sicherung des Lebensunterhalts betreffen.

(5) ¹Bei Lehramtsstudiengängen für Lehrämter der Grundschule oder Primarstufe, für übergreifende Lehrämter der Primarstufe und aller oder einzelner Schularten der Sekundarstufe, für Lehrämter für alle oder einzelne Schularten der Sekundarstufe I sowie für Sonderpädagogische Lehrämter I kann ein Masterabschluss vergeben werden, wenn nach mindestens 240 an der Hochschule erworbenen ECTS-Leistungspunkten unter Einbeziehung des Vorbereitungsdienstes insgesamt 300 ECTS-Leistungspunkte erreicht sind.

(6) ¹An Berufsakademien sind bei einer dreijährigen Ausbildungsdauer für den Bachelorabschluss in der Regel 180 ECTS-Leistungspunkte nachzuweisen. ²Der Umfang der theoriebasierten Ausbildungsanteile darf 120 ECTS-Leistungspunkte, der Umfang der praxisbasierten Ausbildungsanteile 30 ECTS-Leistungspunkte nicht unterschreiten.

[Zurück zum Prüfbericht](#)

Art. 2 Abs. 2 StAkkrStV Anerkennung und Anrechnung*

Formale Kriterien sind [...] Maßnahmen zur Anerkennung von Leistungen bei einem Hochschul- oder Studiengangswechsel und von außerhochschulisch erbrachten Leistungen.

[Zurück zum Prüfbericht](#)

§ 9 Besondere Kriterien für Kooperationen mit nichthochschulischen Einrichtungen

(1) ¹Umfang und Art bestehender Kooperationen mit Unternehmen und sonstigen Einrichtungen sind unter Einbezug nichthochschulischer Lernorte und Studienanteile sowie der Unterrichtssprache(n) vertraglich geregelt und auf der Internetseite der Hochschule beschrieben. ²Bei der Anwendung von Anrechnungsmodellen im Rahmen von studiengangsbetragenen Kooperationen ist die inhaltliche Gleichwertigkeit anzurechnender nichthochschulischer Qualifikationen und deren Äquivalenz gemäß dem angestrebten Qualifikationsniveau nachvollziehbar dargelegt.

(2) Im Fall von studiengangsbetragenen Kooperationen mit nichthochschulischen Einrichtungen ist der Mehrwert für die künftigen Studierenden und die gradverleihende Hochschule nachvollziehbar dargelegt.

[Zurück zum Prüfbericht](#)

§ 10 Sonderregelungen für Joint-Degree-Programme

(1) Ein Joint-Degree-Programm ist ein gestufter Studiengang, der von einer inländischen Hochschule gemeinsam mit einer oder mehreren Hochschulen ausländischer Staaten aus dem Europäischen Hochschulraum koordiniert und angeboten wird, zu einem gemeinsamen Abschluss führt und folgende weitere Merkmale aufweist:

1. Integriertes Curriculum,
2. Studienanteil an einer oder mehreren ausländischen Hochschulen von in der Regel mindestens 25 Prozent,
3. vertraglich geregelte Zusammenarbeit,
4. abgestimmtes Zugangs- und Prüfungswesen und
5. eine gemeinsame Qualitätssicherung.

(2) ¹Qualifikationen und Studienzeiten werden in Übereinstimmung mit dem Gesetz zu dem Übereinkommen vom 11. April 1997 über die Anerkennung von Qualifikationen im Hochschulbereich in der europäischen Region vom 16. Mai 2007 (BGBl. 2007 II S. 712, 713) (Lissabon-Konvention) anerkannt. ²Das ECTS wird entsprechend §§ 7 und 8 Absatz 1 angewendet und die Verteilung der Leistungspunkte ist geregelt. ³Für den Bachelorabschluss sind 180 bis 240 Leistungspunkte nachzuweisen und für den Masterabschluss nicht weniger als 60 Leistungspunkte. ⁴Die wesentlichen Studieninformationen sind veröffentlicht und für die Studierenden jederzeit zugänglich.

(3) Wird ein Joint Degree-Programm von einer inländischen Hochschule gemeinsam mit einer oder mehreren Hochschulen ausländischer Staaten koordiniert und angeboten, die nicht dem Europäischen Hochschulraum angehören (außereuropäische Kooperationspartner), so finden auf Antrag der inländischen Hochschule die Absätze 1 und 2 entsprechende Anwendung, wenn sich die außereuropäischen Kooperationspartner in der Kooperationsvereinbarung mit der inländischen Hochschule zu einer Akkreditierung unter Anwendung der in den Absätzen 1 und 2 sowie in den §§ 16 Absatz 1 und 33 Absatz 1 geregelten Kriterien und Verfahrensregeln verpflichtet.

[Zurück zum Prüfbericht](#)

§ 11 Qualifikationsziele und Abschlussniveau

(1) ¹Die Qualifikationsziele und die angestrebten Lernergebnisse sind klar formuliert und tragen den in [Artikel 2 Absatz 3 Nummer 1 Studienakkreditierungsstaatsvertrag](#) genannten Zielen von Hochschulbildung wissenschaftliche oder künstlerische Befähigung sowie Befähigung zu einer qualifizierten Erwerbstätigkeit und Persönlichkeitsentwicklung nachvollziehbar Rechnung. ²Die Dimension Persönlichkeitsbildung umfasst auch die künftige zivilgesellschaftliche, politische und kulturelle Rolle der Absolventinnen und Absolventen. Die Studierenden sollen nach ihrem Abschluss in der Lage sein, gesellschaftliche Prozesse kritisch, reflektiert sowie mit Verantwortungsbewusstsein und in demokratischem Gemein-sinn maßgeblich mitzugestalten.

(2) Die fachlichen und wissenschaftlichen/künstlerischen Anforderungen umfassen die Aspekte Wissen und Verstehen (Wissensverbreiterung, Wissensvertiefung und Wissensverständnis), Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst (Nutzung und Transfer, wissenschaftliche Innovation), Kommunikation und Kooperation sowie wissenschaftliches/künstlerisches Selbstverständnis / Professionalität und sind stimmig im Hinblick auf das vermittelte Abschlussniveau.

(3) ¹Bachelorstudiengänge dienen der Vermittlung wissenschaftlicher Grundlagen, Methodenkompetenz und berufsfeldbezogener Qualifikationen und stellen eine breite wissenschaftliche Qualifizierung sicher. ²Konsequente Masterstu-

diengänge sind als vertiefende, verbreiternde, fachübergreifende oder fachlich andere Studiengänge ausgestaltet. ³Weiterbildende Masterstudiengänge setzen qualifizierte berufspraktische Erfahrung von in der Regel nicht unter einem Jahr voraus. ⁴Das Studiengangskonzept weiterbildender Masterstudiengänge berücksichtigt die beruflichen Erfahrungen und knüpft zur Erreichung der Qualifikationsziele an diese an. ⁵Bei der Konzeption legt die Hochschule den Zusammenhang von beruflicher Qualifikation und Studienangebot sowie die Gleichwertigkeit der Anforderungen zu konsekutiven Masterstudiengängen dar. ⁶Künstlerische Studiengänge fördern die Fähigkeit zur künstlerischen Gestaltung und entwickeln diese fort.

[Zurück zum Gutachten](#)

§ 12 Schlüssiges Studiengangskonzept und adäquate Umsetzung

§ 12 Abs. 1 Sätze 1 bis 3 und Satz 5

(1) ¹Das Curriculum ist unter Berücksichtigung der festgelegten Eingangsqualifikation und im Hinblick auf die Erreichbarkeit der Qualifikationsziele adäquat aufgebaut. ²Die Qualifikationsziele, die Studiengangsbezeichnung, Abschlussgrad und -bezeichnung und das Modulkonzept sind stimmig aufeinander bezogen. ³Das Studiengangskonzept umfasst vielfältige, an die jeweilige Fachkultur und das Studienformat angepasste Lehr- und Lernformen sowie gegebenenfalls Praxisanteile. ⁵Es bezieht die Studierenden aktiv in die Gestaltung von Lehr- und Lernprozessen ein (studierendenzentriertes Lehren und Lernen) und eröffnet Freiräume für ein selbstgestaltetes Studium.

[Zurück zum Gutachten](#)

§ 12 Abs. 1 Satz 4

⁴Es [das Studiengangskonzept] schafft geeignete Rahmenbedingungen zur Förderung der studentischen Mobilität, die den Studierenden einen Aufenthalt an anderen Hochschulen ohne Zeitverlust ermöglichen.

[Zurück zum Gutachten](#)

§ 12 Abs. 2

(2) ¹Das Curriculum wird durch ausreichendes fachlich und methodisch-didaktisch qualifiziertes Lehrpersonal umgesetzt. ²Die Verbindung von Forschung und Lehre wird entsprechend dem Profil der Hochschulart insbesondere durch hauptberuflich tätige Professorinnen und Professoren sowohl in grundständigen als auch weiterführenden Studiengängen gewährleistet. ³Die Hochschule ergreift geeignete Maßnahmen der Personalauswahl und -qualifizierung.

[Zurück zum Gutachten](#)

§ 12 Abs. 3

(3) Der Studiengang verfügt darüber hinaus über eine angemessene Ressourcenausstattung (insbesondere nichtwissenschaftliches Personal, Raum- und Sachausstattung, einschließlich IT-Infrastruktur, Lehr- und Lernmittel).

[Zurück zum Gutachten](#)

§ 12 Abs. 4

(4) ¹Prüfungen und Prüfungsarten ermöglichen eine aussagekräftige Überprüfung der erreichten Lernergebnisse. ²Sie sind modulbezogen und kompetenzorientiert.

[Zurück zum Gutachten](#)

§ 12 Abs. 5

(5) ¹Die Studierbarkeit in der Regelstudienzeit ist gewährleistet. ²Dies umfasst insbesondere

1. einen planbaren und verlässlichen Studienbetrieb,
2. die weitgehende Überschneidungsfreiheit von Lehrveranstaltungen und Prüfungen,
3. einen plausiblen und der Prüfungsbelastung angemessenen durchschnittlichen Arbeitsaufwand, wobei die Lernergebnisse eines Moduls so zu bemessen sind, dass sie in der Regel innerhalb eines Semesters oder eines Jahres erreicht werden können, was in regelmäßigen Erhebungen validiert wird, und
4. eine adäquate und belastungsangemessene Prüfungsdichte und -organisation, wobei in der Regel für ein Modul nur eine Prüfung vorgesehen wird und Module mindestens einen Umfang von fünf ECTS-Leistungspunkten aufweisen sollen.

[Zurück zum Gutachten](#)

§ 12 Abs. 6

(6) Studiengänge mit besonderem Profilanspruch weisen ein in sich geschlossenes Studiengangskonzept aus, das die besonderen Charakteristika des Profils angemessen darstellt.

[Zurück zum Gutachten](#)

§ 13 Fachlich-Inhaltliche Gestaltung der Studiengänge

§ 13 Abs. 1

(1) ¹Die Aktualität und Adäquanz der fachlichen und wissenschaftlichen Anforderungen ist gewährleistet. ²Die fachlich-inhaltliche Gestaltung und die methodisch-didaktischen Ansätze des Curriculums werden kontinuierlich überprüft und an fachliche und didaktische Weiterentwicklungen angepasst. ³Dazu erfolgt eine systematische Berücksichtigung des fachlichen Diskurses auf nationaler und gegebenenfalls internationaler Ebene.

[Zurück zum Gutachten](#)

§ 13 Abs. 2 und 3

(2) In Studiengängen, in denen die Bildungsvoraussetzungen für ein Lehramt vermittelt werden, sind Grundlage der Akkreditierung sowohl die Bewertung der Bildungswissenschaften und Fachwissenschaften sowie deren Didaktik nach ländergemeinsamen und länderspezifischen fachlichen Anforderungen als auch die ländergemeinsamen und länderspezifischen strukturellen Vorgaben für die Lehrerausbildung.

(3) ¹Im Rahmen der Akkreditierung von Lehramtsstudiengängen ist insbesondere zu prüfen, ob

1. ein integratives Studium an Universitäten oder gleichgestellten Hochschulen von mindestens zwei Fachwissenschaften und von Bildungswissenschaften in der Bachelorphase sowie in der Masterphase (Ausnahmen sind bei den Fächern Kunst und Musik zulässig),
2. schulpraktische Studien bereits während des Bachelorstudiums und
3. eine Differenzierung des Studiums und der Abschlüsse nach Lehramt erfolgt sind. ²Ausnahmen beim Lehramt für die beruflichen Schulen sind zulässig.

[Zurück zum Gutachten](#)

§ 14 Studienerfolg

¹Der Studiengang unterliegt unter Beteiligung von Studierenden und Absolventinnen und Absolventen einem kontinuierlichen Monitoring. ²Auf dieser Grundlage werden Maßnahmen zur Sicherung des Studienerfolgs abgeleitet. ³Diese werden fortlaufend überprüft und die Ergebnisse für die Weiterentwicklung des Studiengangs genutzt. ⁴Die Beteiligten werden über die Ergebnisse und die ergriffenen Maßnahmen unter Beachtung datenschutzrechtlicher Belange informiert.

[Zurück zum Gutachten](#)

§ 15 Geschlechtergerechtigkeit und Nachteilsausgleich

Die Hochschule verfügt über Konzepte zur Geschlechtergerechtigkeit und zur Förderung der Chancengleichheit von Studierenden in besonderen Lebenslagen, die auf der Ebene des Studiengangs umgesetzt werden.

[Zurück zum Gutachten](#)

§ 16 Sonderregelungen für Joint-Degree-Programme

(1) ¹Für Joint-Degree-Programme finden die Regelungen in § 11 Absätze 1 und 2, sowie § 12 Absatz 1 Sätze 1 bis 3, Absatz 2 Satz 1, Absätze 3 und 4 sowie § 14 entsprechend Anwendung. ²Daneben gilt:

1. Die Zugangsanforderungen und Auswahlverfahren sind der Niveaustufe und der Fachdisziplin, in der der Studiengang angesiedelt ist, angemessen.
2. Es kann nachgewiesen werden, dass mit dem Studiengang die angestrebten Lernergebnisse erreicht werden.
3. Soweit einschlägig, sind die Vorgaben der Richtlinie 2005/36/EG vom 07.09.2005 (ABl. L 255 vom 30.9.2005, S. 22-142) über die Anerkennung von Berufsqualifikationen, zuletzt geändert durch die Richtlinie 2013/55/EU vom 17.01.2014 (ABl. L 354 vom 28.12.2013, S. 132-170) berücksichtigt.
4. Bei der Betreuung, der Gestaltung des Studiengangs und den angewendeten Lehr- und Lernformen werden die Vielfalt der Studierenden und ihrer Bedürfnisse respektiert und die spezifischen Anforderungen mobiler Studierender berücksichtigt.
5. Das Qualitätsmanagementsystem der Hochschule gewährleistet die Umsetzung der vorstehenden und der in § 17 genannten Maßgaben.

(2) Wird ein Joint Degree-Programm von einer inländischen Hochschule gemeinsam mit einer oder mehreren Hochschulen ausländischer Staaten koordiniert und angeboten, die nicht dem Europäischen Hochschulraum angehören (außereuropäische Kooperationspartner), so findet auf Antrag der inländischen Hochschule Absatz 1 entsprechende Anwendung, wenn sich die außereuropäischen Kooperationspartner in der Kooperationsvereinbarung mit der inländischen Hochschule zu einer Akkreditierung unter Anwendung der in Absatz 1, sowie der in den §§ 10 Absätze 1 und 2 und 33 Absatz 1 geregelten Kriterien und Verfahrensregeln verpflichtet.

[Zurück zum Gutachten](#)

§ 19 Kooperationen mit nichthochschulischen Einrichtungen

¹Führt eine Hochschule einen Studiengang in Kooperation mit einer nichthochschulischen Einrichtung durch, ist die Hochschule für die Einhaltung der Maßgaben gemäß der Teile 2 und 3 verantwortlich. ²Die gradverleihende Hochschule darf Entscheidungen über Inhalt und Organisation des Curriculums, über Zulassung, Anerkennung und Anrechnung, über die Aufgabenstellung und Bewertung von Prüfungsleistungen, über die Verwaltung von Prüfungs- und Studierendendaten, über die Verfahren der Qualitätssicherung sowie über Kriterien und Verfahren der Auswahl des Lehrpersonals nicht delegieren.

[Zurück zum Gutachten](#)

§ 20 Hochschulische Kooperationen

(1) ¹Führt eine Hochschule eine studiengangsbezogene Kooperation mit einer anderen Hochschule durch, gewährleistet die gradverleihende Hochschule bzw. gewährleisten die gradverleihenden Hochschulen die Umsetzung und die Qualität des Studiengangskonzeptes. ²Art und Umfang der Kooperation sind beschrieben und die der Kooperation zu Grunde liegenden Vereinbarungen dokumentiert.

(2) ¹Führt eine systemakkreditierte Hochschule eine studiengangsbezogene Kooperation mit einer anderen Hochschule durch, kann die systemakkreditierte Hochschule dem Studiengang das Siegel des Akkreditierungsrates gemäß § 22 Absatz 4 Satz 2 verleihen, sofern sie selbst gradverleihend ist und die Umsetzung und die Qualität des Studiengangskonzeptes gewährleistet. ²Abs. 1 Satz 2 gilt entsprechend.

(3) ¹Im Fall der Kooperation von Hochschulen auf der Ebene ihrer Qualitätsmanagementsysteme ist eine Systemakkreditierung jeder der beteiligten Hochschulen erforderlich. ²Auf Antrag der kooperierenden Hochschulen ist ein gemeinsames Verfahren der Systemakkreditierung zulässig.

[Zurück zum Gutachten](#)

§ 21 Besondere Kriterien für Bachelorausbildungsgänge an Berufsakademien

(1) ¹Die hauptberuflichen Lehrkräfte an Berufsakademien müssen die Einstellungsvoraussetzungen für Professorinnen und Professoren an Fachhochschulen gemäß § 44 Hochschulrahmengesetz in der Fassung der Bekanntmachung vom 19. Januar 1999 (BGBl. I S. 18), das zuletzt durch Artikel 6 Absatz 2 des Gesetzes vom 23. Mai 2017 (BGBl. I S. 1228) geändert worden ist, erfüllen. ²Soweit Lehrangebote überwiegend der Vermittlung praktischer Fertigkeiten und Kenntnisse dienen, für die nicht die Einstellungsvoraussetzungen für Professorinnen oder Professoren an Fachhochschulen erforderlich sind, können diese entsprechend § 56 Hochschulrahmengesetz und einschlägigem Landesrecht hauptberuflich tätigen Lehrkräften für besondere Aufgaben übertragen werden. ³Der Anteil der Lehre, der von hauptberuflichen Lehrkräften erbracht wird, soll 40 Prozent nicht unterschreiten. ⁴Im Ausnahmefall gehören dazu auch Professorinnen oder Professoren an Fachhochschulen oder Universitäten, die in Nebentätigkeit an einer Berufsakademie lehren, wenn auch durch sie die Kontinuität im Lehrangebot und die Konsistenz der Gesamtausbildung sowie verpflichtend die Betreuung und Beratung der Studierenden gewährleistet sind; das Vorliegen dieser Voraussetzungen ist im Rahmen der Akkreditierung des einzelnen Studiengangs gesondert festzustellen.

(2) ¹Absatz 1 Satz 1 gilt entsprechend für nebenberufliche Lehrkräfte, die theoriebasierte, zu ECTS-Leistungspunkten führende Lehrveranstaltungen anbieten oder die als Prüferinnen oder Prüfer an der Ausgabe und Bewertung der Bachelorarbeit mitwirken. ²Lehrveranstaltungen nach Satz 1 können ausnahmsweise auch von nebenberuflichen Lehrkräften angeboten werden, die über einen fachlich einschlägigen Hochschulabschluss oder einen gleichwertigen Abschluss sowie über eine fachwissenschaftliche und didaktische Befähigung und über eine mehrjährige fachlich einschlägige Berufserfahrung entsprechend den Anforderungen an die Lehrveranstaltung verfügen.

(3) Im Rahmen der Akkreditierung ist auch zu überprüfen:

1. das Zusammenwirken der unterschiedlichen Lernorte (Studienakademie und Betrieb),
2. die Sicherung von Qualität und Kontinuität im Lehrangebot und in der Betreuung und Beratung der Studierenden vor dem Hintergrund der besonderen Personalstruktur an Berufsakademien und
3. das Bestehen eines nachhaltigen Qualitätsmanagementsystems, das die unterschiedlichen Lernorte umfasst.

[Zurück zum Gutachten](#)

Art. 2 Abs. 3 Nr. 1 Studienakkreditierungsstaatsvertrag

Zu den fachlich-inhaltlichen Kriterien gehören

1. dem angestrebten Abschlussniveau entsprechende Qualifikationsziele eines Studiengangs unter anderem bezogen auf den Bereich der wissenschaftlichen oder der künstlerischen Befähigung sowie die Befähigung zu einer qualifizierten Erwerbstätigkeit und Persönlichkeitsentwicklung

[Zurück zu § 11 MRVO](#)

[Zurück zum Gutachten](#)