

Beschluss zur Akkreditierung

der Studiengänge

- **Betriebswirtschaft/Marketing (B.Sc.)**
- **Betriebswirtschaft//Marketingkommunikation und Werbung (B.Sc.)**
- **Betriebswirtschaft//Marktforschung und Konsumentenpsychologie (B.Sc.)**
- **Creative Communication and Brand Management (M.A.)**

an der Hochschule Pforzheim

Auf der Basis des Berichts der Gutachtergruppe und der Beratungen der Akkreditierungskommission in der 56. Sitzung vom 18./19.08.2014 spricht die Akkreditierungskommission folgende Entscheidungen aus:

1. Die Studiengänge „**Betriebswirtschaft/Marketing**“, „**Betriebswirtschaft/Marketingkommunikation und Werbung**“, „**Betriebswirtschaft/Marktforschung und Konsumentenpsychologie**“ jeweils mit dem Abschluss „**Bachelor of Science**“ an der **Hochschule Pforzheim** sowie der Studiengang „**Creative Communication and Brand Management**“ mit dem Abschluss „**Master of Arts**“ werden unter Berücksichtigung der „Regeln des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung“ (Beschluss des Akkreditierungsrates vom 20.02.2013) ohne Auflagen akkreditiert, da die darin genannten Qualitätsanforderungen für die Akkreditierung von Studiengängen erfüllt sind.

Die Studiengänge entsprechen den Kriterien des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen, den Anforderungen der Ländergemeinsamen Strukturvorgaben der Kultusministerkonferenz, den landesspezifischen Strukturvorgaben für die Akkreditierung von Bachelor- und Masterstudiengängen sowie den Anforderungen des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse in der aktuell gültigen Fassung.

Abweichend von der gutachterlichen Beschlussempfehlung sieht die AK das Kriterium 2.1 in Hinblick auf die Erreichung der Qualifikationsziele als erfüllt an.

2. Bei dem Studiengang „**Creative Communication and Brand Management**“ handelt es sich um einen **konsekutiven** Masterstudiengang. Die Akkreditierungskommission stellt für diesen Studiengang ein **anwendungsorientiertes Profil** fest.
3. Die Akkreditierung wird für eine **Dauer von sieben Jahren** (unter Berücksichtigung des vollen zuletzt betroffenen Studienjahres) ausgesprochen und ist unter Anrechnung der vorläufigen Akkreditierung gemäß Beschluss der Akkreditierungskommission vom 26./27.08.2013 **gültig bis zum 30.09.2020**.

Zur Weiterentwicklung der Studiengänge werden die folgenden **Empfehlungen** gegeben:

1. Es sollte überprüft werden, ob der Wechsel zwischen den Bachelorstudiengängen vereinfacht werden kann.
2. Die Lernziele der Bachelorstudiengänge sollten noch stärker studiengangsspezifisch formuliert werden.

3. Speziell vor dem Hintergrund der Internationalisierungsstrategie sollte ein Konzept zur Förderung des Erwerbs von Kenntnissen in Wirtschaftssprachen, insbesondere Wirtschaftsenglisch, in allen Studiengängen entwickelt werden.
4. Die Voraussetzungen für die Vergabe der Credit Points im Modul 6 „Training“ des Masterstudiengangs „Creative Communication and Brand Management“ sollten genauer im Modulhandbuch dargestellt werden.
5. Im Masterstudiengang „Creative Communication and Brand Management“ sollten englischsprachige Veranstaltungen angeboten werden.

Zur weiteren Begründung dieser Entscheidungen verweist die Akkreditierungskommission auf das Gutachten, das diesem Beschluss als Anlage beiliegt.



Gutachten zur Akkreditierung

der Studiengänge

- „Betriebswirtschaft/Marketing“ (B.Sc.)
- „Betriebswirtschaft/Marketingkommunikation und Werbung“ (B.Sc.)
- „Betriebswirtschaft/Marktforschung und Konsumentenpsychologie“ (B.Sc.)
- „Creative Communication and Brand Management“ (M.Sc.)

an der Hochschule Pforzheim

Begehung am 01.07.2014

Gutachtergruppe:

Frank Niewöhner	Leiter Marketingkommunikation Ford-Werke GmbH, Köln (Vertreter der Berufspraxis)
Prof. Dr. Holger J. Schmidt	Hochschule Koblenz, Fachbereich Wirtschaftswissenschaften, Professor für ABWL, insbesondere Marketing
Jenny Stiebitz	Studentin der HTW Berlin (studentische Gutachterin)
Prof. Dr. Frank Wimmer	Universität Bamberg, Fakultät Sozial- und Wirtschaftswissenschaften, Professor für BWL, insbesondere Absatzwirtschaft
Prof. Dr. Andrea Zirm	HAW Hamburg, Fakultät Wirtschaft und Soziales, Professorin für Marketing

Koordination:

Sören Wallrodt

Geschäftsstelle AQAS, Köln



Agentur für Qualitätssicherung durch
Akkreditierung von
Studiengängen

Präambel

Gegenstand des Akkreditierungsverfahrens sind Bachelor- und Masterstudiengänge an staatlichen oder staatlich anerkannten Hochschulen. Die Akkreditierung von Bachelor- und Masterstudiengängen wird in den Ländergemeinsamen Strukturvorgaben der Kultusministerkonferenz verbindlich vorgeschrieben und in den einzelnen Hochschulgesetzen der Länder auf unterschiedliche Weise als Voraussetzung für die staatliche Genehmigung eingefordert.

Die Begutachtung der Studiengänge erfolgte unter Berücksichtigung der „Regeln des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung“ in der Fassung vom 20.02.2013.

I. Ablauf des Verfahrens

Die Hochschule Pforzheim beantragt die Akkreditierung der Studiengänge „Betriebswirtschaft/Marketing“, „Betriebswirtschaft/Marketingkommunikation und Werbung“, „Betriebswirtschaft/Marktforschung und Konsumentenpsychologie“ jeweils mit dem Abschluss „Bachelor of Science“ und „Creative Communication and Brand Management“ mit dem Abschluss „Master of Arts“.

Es handelt sich jeweils um eine Reakkreditierung.

Das Akkreditierungsverfahren wurde am 26./27.08.2013 durch die zuständige Akkreditierungskommission von AQAS eröffnet. Es wurde eine vorläufige Akkreditierung bis zum 31.08.2014 ausgesprochen. Am 01.07.2014 fand die Begehung am Hochschulstandort Pforzheim durch die oben angeführte Gutachtergruppe statt. Dabei erfolgten unter anderem getrennte Gespräche mit der Hochschulleitung, Lehrenden und Studierenden.

Das vorliegende Gutachten der Gutachtergruppe basiert auf den schriftlichen Antragsunterlagen der Hochschule und den Ergebnissen der Begehung. Insbesondere beziehen sich die deskriptiven Teile des Gutachtens auf den vorgelegten Antrag.

II. Bewertung der Studiengänge

1 Studiengangsübergreifende Aspekte

1.1 Allgemeine Informationen

Die Hochschule Pforzheim besteht aus drei Fakultäten und hat nach eigenen Angaben einen anwendungsorientierten Fokus. Die zu akkreditierenden Studiengänge sind Teil des Studienprogramms der Fakultät für Wirtschaft und Recht, die insgesamt zwölf betriebswirtschaftliche Studiengänge anbietet und gemessen an den Studierendenzahlen die größte der drei Fakultäten ist.

Die Studiengänge an der Fakultät für Wirtschaft und Recht sollen grundsätzlich eine wirtschaftswissenschaftliche Grundausbildung mit einer berufsqualifizierenden Spezialisierung kombinieren. Zu jedem Bachelorstudiengang gibt es einen weiterführenden Masterstudiengang.

Die Hochschule Pforzheim verfügt über ein Konzept zur Förderung der Geschlechtergerechtigkeit.

Bewertung

Die Hochschule verfügt über ein solides Konzept zur Geschlechtergerechtigkeit und zur Förderung der Chancengleichheit.

Im allgemeinen Teil der Prüfungsordnung für Bachelor- und Masterstudiengänge sind in § 37 Details zur verbindlichen Studienvereinbarung zu finden. Diese erlauben es der Hochschule, Individualvereinbarungen u. a. für Studierende mit Behinderung sowie für Studierende mit Kindern zu treffen.

Darüber hinaus ist die Hochschule Pforzheim seit 2012 als familiengerechte Hochschule zertifiziert und stellt Angebote wie Kinderbetreuung, Elternnetzwerk und Urlaubssemester zur Verfügung. Sie berücksichtigt dabei die Bedürfnisse der Studierenden ebenso wie die der Lehrenden.

Über das Konzept hinaus bietet die Hochschule Gehaltsverhandlungstrainings für weibliche Studierende an. Die Beauftragte bzw. der Beauftragte für Chancengleichheit ist an allen Bewerbungsgesprächen beteiligt und Führungspositionen werden als teilbar ausgeschrieben.

Die Hochschule erfüllt die Kriterien zur Geschlechtergerechtigkeit und Chancengleichheit in gutem Maße.

1.2 Studierbarkeit/Beratung, Betreuung, Information und Organisation

Nach Angaben der Hochschule werden die Studiengänge von einem/r Studiendekan/in geleitet, die/der für den Studienbetrieb verantwortlich ist. Zu den Aufgaben des/der Studiendekans bzw. der Studiendekanin gehören laut Selbstbericht der Hochschule u.a. die Studienfachberatung, die Anerkennung von Prüfungsleistungen, die Planung des Personaleinsatzes sowie die Vertretung der Studiengänge nach außen. Die/der Studiendekan/in ist Vorsitzende/r der dezentralen Studienkommission der Studiengänge, zu deren Aufgaben u. a. die Weiterentwicklung der Studiengänge gehört. Für die Gesamtkoordination der Studiengänge an der Fakultät für Wirtschaft und Recht ist nach Angaben der Hochschule die/der Studiendekan/in im Fakultätsvorstand (Prodekan/in) verantwortlich.

Nach Darstellung der Hochschule können sich Studieninteressierte und Studierende über die Homepage und regelmäßige Informationsveranstaltungen über den jeweiligen Studiengang informieren. Studienanfängerinnen und Studienanfänger sollen während der ersten Woche ihres Studiums eine Einführung in die Rahmenbedingungen und den Ablauf des Studiums bekommen. Informationen für Studierende sollen online auf der Homepage der Hochschule bereitgestellt und wichtige Informationen per E-Mail an die Studierenden versandt werden. Die Betreuung der Studierenden findet über wöchentliche Sprechstunden der Lehrenden, die Studienfachberatung und durch Mentoring statt. Studierenden in besonderen Lebenslagen und Studierenden mit Behinderung stehen weitere Angebote zur Verfügung.

Ein Mobilitätsfenster ist im 6. Semester der Bachelorstudiengänge vorgesehen. Es ein akademisches Auslandsamt, das die Studierenden beim Kontakt mit den ausländischen Hochschulen unterstützen soll.

Die Anerkennung von Prüfungsleistungen ist in § 40 der SPO geregelt. Studienzeiten und Prüfungsleistungen werden nach Angaben der Hochschule anerkannt, wenn sie in Inhalt, Umfang und Anforderungen denjenigen des jeweiligen Studiengangs entsprechen; dabei soll die Lissabon-Konvention berücksichtigt werden.

Die Hochschule gibt an, dass i. d. R. eine Prüfungsleistung pro Modul vorgesehen ist.

Der Nachteilsausgleich ist in § 42 der Prüfungsordnung geregelt. Die Prüfungsordnung wurde, gemäß der Bestätigung der Hochschulleitung, einer Rechtsprüfung unterzogen und veröffentlicht.

Die Prüfungsorganisation soll durch das Prüfungsamt der Hochschule unter Mitwirkung der Studiendekaninnen/-dekane und Fachgebietsleiter/innen stattfinden. Klausuren finden laut Antrag i. d. R. im Anschluss an die Vorlesungszeit in einem Zeitraum von zwei Wochen statt. Die Prü-

fungstermine werden durch das Prüfungsamt per Aushang und i. d. R. durch die Lehrenden den Studierenden mitgeteilt.

Bewertung

Die Hochschule bietet den Studieninteressierten einen Hochschulinformationstag an, um über die verschiedenen Studiengänge und das Leben als Studentin bzw. Student zu informieren. Die Studierenden beschreiben das Beratungs- und Betreuungsangebot als sehr gut und nehmen es sehr gern an. Darüber hinaus bietet die Hochschule ausführliche Informationen zu den Studiengängen, den Professorinnen und Professoren und der beruflichen Perspektive auf der Webseite an. Der Studiendekan ist per Mail erreichbar und beantwortet Fragen zum Studium.

Die Organisation der Studiengänge ist klar geregelt und auf der Webseite transparent dargestellt. Die Modulverantwortlichen sind den Modulhandbüchern zu entnehmen. Die weiterführenden Beratungsangebote bestehen aus Beratung zu Auslandsstudiensemestern, den wöchentlich stattfindenden Sprechstunden der Lehrenden, diversen psychologischen Beratungsangeboten sowie einem Mentoringangebot. Die Studierenden beschreiben die Betreuung der Praxisphase sowohl im Vorfeld als auch im Nachhinein als sehr gut. Sie wünschen sich allerdings ein noch stärkeres Mentoringprogramm für das Praxissemester und kritisieren, dass die Information zum Mentoringangebot offenbar nicht alle Studierenden erreicht. Es gibt eine Informationsveranstaltung zum Praxissemester, in der die Anforderungen kommuniziert werden. Im Anschluss muss ein Bericht abgegeben werden; einzelne Studierende werden aufgefordert, dazu eine Präsentation zu halten. An diesen Terminen können Studierende jüngerer Semester teilnehmen, um wichtige Informationen und ggf. Kontakte zu bekommen. Die Studierenden begrüßen die Möglichkeiten, die sich daraus für ihre berufliche Entwicklung ergeben. Die Praxissemester sind mit 26 und die Praxisprojekte mit acht bzw. zehn Credit Points (CP) kreditiert. Innerhalb der Praxisprojekte findet eine besonders starke Verzahnung mit Unternehmen statt und Führungsaufgaben werden verstärkt thematisiert.

In den ersten Bachelorsemestern werden die Grundlagen vermittelt, um anschließend in die Spezialisierung zu gehen. Die Studierenden empfinden die Relation dabei als angemessen. Grundsätzlich werden die Professorinnen und Professoren als sehr aufgeschlossen gegenüber Kritik wahrgenommen. Bei Kritik bezüglich unangemessener Arbeitsbelastung werden Änderungen umgesetzt, die von den Studierenden auch wahrgenommen werden. So wurde bspw. das Managementseminar aufgrund der Evaluationsergebnisse mit einem zusätzlichen CP versehen. Der Arbeitsaufwand über verschiedene Semester wird unterschiedlich empfunden, insbesondere in den ersten Semestern wird er als hoch eingeschätzt. Das liegt unter anderem daran, dass unterschiedliche Prüfungsformen abverlangt werden und sich somit unterschiedliche Prüfungsanzahlen am Ende eines Semesters ballen. Hier wurden ebenfalls Anpassungen wie bspw. der Fast Track vorgenommen. Der Fast Track ermöglicht es den Studierenden, für die Bereiche Analysis, Deskriptive Statistik und Induktive Statistik die Prüfung in der Semestermitte abzulegen. Einen Kritikpunkt sehen die Studierenden im Zeitpunkt von Wiederholungsprüfungen. Diese sind erst im Folgesemester angesetzt und können aufgrund der Prüfungskumulation zu Studienverzögerungen führen. Die Studierenden würden einen zweiten Prüfungszeitraum am Ende desselben Semesters begrüßen. So könnte ebenfalls der Prüfungsballung entgegen gewirkt werden. Es bleibt allerdings festzuhalten, dass die Prüfungsbelastung insgesamt angemessen ist.

Die Studierenden äußerten den Wunsch, zwischen den Bachelorstudiengängen einen leichteren Übertritt zu ermöglichen. Die Gutachtergruppe empfiehlt der Hochschule zu überprüfen, ob der Wechsel zwischen den Studiengängen vereinfacht werden kann bzw. die dazu existierenden Möglichkeiten besser kommuniziert werden können **[Monitum 1]**.

Die Anerkennung von im Ausland erbrachten Leistungen ist problemlos möglich und die diesbezüglichen Regelungen entsprechen der Lissabon-Konvention. Es werden Learning Agreements vereinbart und die Plätze werden über Bewerbungsverfahren vergeben. Bisher konnten alle Inte-

ressierten ihrem Wunsch nach einem Auslandsstudium nachgehen. Darüber hinaus sind Kombinationen von Auslandspraktikum und Auslandsstudium möglich. Es werden auf Nachfrage sogar neue Sprachkurse wie bspw. Chinesisch angeboten.

1.3 Ressourcen

Dem Bachelorstudiengang „Betriebswirtschaft/Marketing“ sind sechs Professuren zugeordnet. Für den Bachelorstudiengang „Betriebswirtschaft/Marketing und Werbung“ stehen laut Antrag fünf Professuren und zwei Stellen in der Verwaltung zur Verfügung. Im Bachelorstudiengang „Betriebswirtschaft/Marktforschung und Konsumentenpsychologie“ sind es 2,5 Professurenstellen, ein Honorarprofessor und eine Stelle in der Verwaltung. Eventuell auslaufende Stellen sollen im Reakkreditierungszeitraum wiederbesetzt werden.

Speziell für die Lehre im Masterstudium stehen laut Antrag acht Professuren zur Verfügung. Hinzu kommen Lehrende für Module aus Bachelorstudiengängen, die im Masterstudium belegt werden.

Professorinnen und Professoren, die neu berufen werden, soll ein/e Mentor/in zur Begleitung der fachlichen und didaktischen Entwicklung beigeordnet werden. Ein hochschuldidaktisches Einführungsseminar wird angeboten. Die Hochschule verfügt über eine/n Didaktikbeauftragte/n.

Für die Studierenden stehen laut Antrag 44 PC-Arbeitsplätze in der Bibliothek zur Verfügung. Hinzu kommen 25 Arbeitsplätze in einem Labor.

Ein Marketinglabor, ein Studio für computergestützte Medienerstellung, ein Videolabor und ein EYE-Tracking-Labor sind laut Antrag vorhanden.

Bewertung

Die personelle Ausstattung der Hochschule Pforzheim für die Durchführung der zu akkreditierenden Studiengänge kann als sehr gut bezeichnet werden. Die vorhandenen Kapazitäten ermöglichen es unter anderem, dass eine Reihe von Lehrveranstaltungen innerhalb eines Semesters sowohl auf Englisch als auch auf Deutsch angeboten wird. Diese Veranstaltungen betreffen die studiengangübergreifenden Fachgebiete und stellen somit für die Studierenden aus verschiedenen Studiengängen ein breites und regelmäßig stattfindendes Angebot dar. Der Anteil an Lehrbeauftragten kann mit brutto (reguläre und ersatzweise eingestellte Lehrbeauftragte) 16 % und netto ca. 8 % (nur reguläre Lehrbeauftragte) als gering bezeichnet werden. Lehrbeauftragte werden lediglich dann eingesetzt, wenn eine Expertise für ein spezielles Thema dieses erforderlich macht oder aber, um temporäre personelle Engpässe, z. B. durch Forschungssemester, auszugleichen.

Die Hochschule verfügt über hinreichend Angebote zur Personalqualifizierung. Für Neuberufene werden hochschuldidaktische Einführungskurse angeboten. Weiterhin gibt es regelmäßig Angebote des Zentrums für Hochschuldidaktik des Landes Baden-Württemberg sowie umfangreiche Angebote zur Englischqualifizierung für Hochschullehrer/innen. Jedem hauptamtlichen Mitglied des Lehrkörpers stehen zusätzlich 500 € pro Semester für individuelle Fortbildungsmaßnahmen zur Verfügung.

Die sachliche und räumliche Ausstattung ist gut. Es existiert eine ausreichende Anzahl an unterschiedlich großen Lehrveranstaltungsräumen. Die Hochschule verfügt über eine Vielzahl an Computerarbeitsplätzen. Zusätzlich stehen Labore für empirische und experimentelle Untersuchungen zur Verfügung. Die Anzahl an Lernräumen für Studierende ist eher begrenzt. Hier wurde in einem ersten Schritt durch die Umwidmung von Räumen eine kurzfristige Lösung geschaffen. Die Hochschule ist bestrebt, mittelfristig weitere Lernräume zu schaffen.

1.4 Qualitätssicherung

Die Hochschule Pforzheim führt nach eigenen Aussagen zum einen studiengangbezogene Selbst- und Fremdevaluationen und zum anderen Lehrveranstaltungsevaluationen durch.

Die studiengangbezogenen Evaluationen liegen in der Verantwortung der jeweiligen Studienkommission und beinhalten u. a. die Befragung der Studierenden und Absolventinnen und Absolventen. Aus den Ergebnissen wird, laut Hochschule, ein Maßnahmenkatalog erstellt und umgesetzt.

Bei der Lehrevaluation soll ein standardisierter Fragebogen eingesetzt werden, die Ergebnisse werden nach Angaben der Hochschule zu Vergleichsgruppen zusammengefasst und den Lehrenden übermittelt, die Lehrenden teilen dann der Studienkommission ihre Erkenntnisse aus der Evaluation und ggf. Konsequenzen mit.

Die Fakultät für Wirtschaft und Recht vergibt nach eigenen Angaben einen „Lehrpreis der Fakultät“ als besondere Maßnahme zur Sicherung und Steigerung der Qualität der Lehre. Bei der Berufung neuer Professorinnen und Professoren wird laut Darstellung der Hochschule auch die hochschuldidaktische Qualifikation der Bewerber/innen berücksichtigt.

Die Hochschule führt nach eigener Aussage seit 1998 regelmäßig Absolventenbefragungen durch und schätzt die Ergebnisse als positiv ein. Aufgrund der Ergebnisse wurden englischsprachige Veranstaltungen in die Lehre integriert.

Bewertung

Die Gutachtergruppe konnte sich im persönlichen Gespräch mit Absolventinnen und Absolventen sowie Studierenden davon überzeugen, dass seitens der Studierenden insgesamt eine hohe Zufriedenheit mit den zu akkreditierenden Studiengängen besteht. Insbesondere die schnelle Reaktion der Studiengangsleitungen auf Wünsche, Kritik und Verbesserungsvorschläge von Seiten der Studierenden wurde positiv hervorgehoben. Auch aufgrund der zur Verfügung gestellten Unterlagen lassen sich die zu akkreditierenden Studiengänge hinsichtlich der Maßnahmen zur Qualitätssicherung insgesamt positiv beurteilen: Es werden neben Studieneingangsbefragungen Studiengangs- und Lehrevaluationen sowie eine Befragung der Absolventinnen und Absolventen durchgeführt. Der Workload wird in Gesprächen und im Rahmen der Lehrevaluationen validiert. Zudem konnte sich die Gutachtergruppe davon überzeugen, dass in der Vergangenheit Ergebnisse des hochschulinternen Qualitätsmanagements (insb. Evaluationsergebnisse sowie Daten zum Studienerfolg) bei der Weiterentwicklung der Studiengänge berücksichtigt wurden. Insgesamt entstand der Eindruck einer gelebten Kultur der permanenten Qualitätssicherung und Optimierung.

1.5 Berufsfeldorientierung

Die Praxissemester in den Bachelorstudiengängen sollen die Berufsfeldorientierung stärken. Hinzu kommen die Einbindung von Lehrbeauftragten aus der Praxis sowie die Durchführung von Exkursionswochen. Projektarbeiten, Fallstudien und Workshops sollen zusammen mit Unternehmen stattfinden.

Der Bachelorstudiengang „Betriebswirtschaft/Marketing“ soll die Studierenden auf eine Tätigkeit im Gebiet des Marketing-Managements vorbereiten. Auf eine sektorale Eingrenzung wird dabei nach Angaben der Hochschule bewusst verzichtet.

Der Bachelorstudiengang „Betriebswirtschaft/Marketingkommunikation und Werbung“ soll die Absolventinnen und Absolventen für Tätigkeiten als Kundeberater/in oder strategische Planer/in sowie als Brand- bzw. Produktmanager/in qualifizieren. Hinzukommen sollen mögliche Anstellungen u.a. im Bereich Category Management oder Key Account Management.

Die Absolventinnen und Absolventen des Bachelorstudiengangs „Betriebswirtschaft/Marktforschung und Konsumentenpsychologie“ sollen für Tätigkeiten im Bereich der qualitativen und quantitativen Marktforschung ausgebildet werden.

Der Masterstudiengang „Creative Communication and Brand Management“ soll die Studierenden für Tätigkeiten auf dem Gebiet der kreativen Kommunikation und Markenführung ausbilden. Sie sollen z. B. in folgenden Berufsbereichen tätig werden können: Design-Management, PR-Management, Account Management, Marketing und Public Relations.

Im Laufe des Studiums werden laut Antrag Projektarbeiten in Kooperation mit Unternehmen durchgeführt. Lehrbeauftragte aus der Praxis sollen eingebunden werden. Jedes Sommersemester findet eine Exkursionswoche statt.

Laut Antrag haben sich die überfachlichen und fachlichen Qualifikationsziele der Studiengänge an Hand der Ergebnisse erster Absolventenbefragungen bewährt.

Bewertung

In allen vier zu akkreditierenden Studiengängen konnte im Rahmen der Gespräche mit Lehrenden und Studierenden durchgehend eine gute Berufsfeldorientierung identifiziert werden.

Die Hochschule ist gut mit der regionalen und überregionalen Industrie vernetzt und nutzt dabei nicht nur die traditionelle Stärke des Mittelstands, sondern auch die der globalen Marktführer in der Region. Diese Verbindung wird von beiden Seiten gepflegt: Die Hochschule entsendet ihre Studierenden, Vertreterinnen und Vertreter der Praxis nehmen über Vorträge und Dozententätigkeit am akademischen Betrieb teil.

Das institutionalisierte Praxissemester in den Bachelorstudiengängen verschafft den Studierenden einen frühen und (entscheidend) ausreichend langen Einblick in den beruflichen Alltag. Dabei helfen der von den Studierenden vorzulegende Zwischen- und der Abschlussbericht der Hochschule, die Passung von Studiengang, Betrieb, Studierenden und Betreuung immer wieder zu prüfen und gegebenenfalls einzugreifen. Die eingeforderte Praktikumspräsentation ist dabei ein probates Mittel, um Fertigkeiten aus dem beruflichen Alltag in das Studium einzubringen

Die freie Fragerunde mit offen formulierten Fragen mit den Studierenden hat ergeben, dass allen die Wichtigkeit des Praxisbezuges präsent ist.

An verschiedenen Stellen der Begehung konnte glaubhaft der Eindruck vermittelt werden, dass den Studierenden der Zugang zum späteren beruflichen Alltag nicht nur akademisch und intellektuell, sondern auch durch das Erlernen von fachübergreifend benötigten Fähigkeiten und Fertigkeiten (Präsentation, Ausdruck, „Business Acumen“) vermittelt wird. Von den Absolventinnen und Absolventen des Masterstudienganges kann erwartet werden, Erfahrung bei der Leitung eines Teams zu haben – diese Rolle wird bei der Bearbeitung von Aufgaben in wechselnden Teams geprobt.

Positiv fiel ebenfalls das Bewusstsein der Hochschule auf, sich sehr dynamischen und hochaktuellen Trends der beruflichen Praxis in allen Studiengängen (Stichwort: Digitalisierung) stellen zu müssen und in die Ausbildung einzubauen.

Die Gutachterinnen und Gutachter bewerten die Berufsfeldorientierung der Studiengänge insgesamt als sehr gut.

2 Zu den Studiengängen

2.1 Bachelorstudiengänge

2.1.1 Profil und Ziele

Die drei Bachelorstudiengänge sollen mit der Vergabe des „Bachelor of Science“ abschließen. Die Bachelorstudiengänge an der Fakultät „Wirtschaft und Recht“ besitzen aufgrund der gemeinsamen Studieninhalte sowohl studiengangübergreifende Lernziele (bezogen auf die Betriebswirtschaft) als auch studiengangsspezifische Lernziele (bezogen auf die fachliche Ausrichtung).

Als studiengangübergreifende Lernziele werden formuliert:

- Fachwissen in den Bereichen Betriebswirtschaftslehre, Volkswirtschaftslehre, quantitative Methoden und Recht,
- Nutzung von Informationstechnik,
- kritisches Denken und analytische Fähigkeiten,
- ethisches Bewusstsein,
- Kommunikationsfähigkeit,
- Teamfähigkeit.

Studiengangsspezifische Lernziele im Bachelorstudiengang „Betriebswirtschaft/Marketing“ sind, dass die Studierenden das analytische und konzeptionelle Rüstzeug für die Bewältigung komplexer Managementaufgaben im Marketing sowie ein Verständnis über die dabei relevanten Fragestellungen und Lösungsansätze erwerben sollen.

Studiengangsspezifische Lernziele im Bachelorstudiengang „Betriebswirtschaft/Marketingkommunikation und Werbung“ sind, dass die Studierenden Wissen, Methoden und Werkzeuge im Marketing auf neue Problemstellungen anwenden können sollen.

Studiengangsspezifische Lernziele im Bachelorstudiengang „Betriebswirtschaft/Marktforschung und Konsumentenpsychologie“ sind, dass die Studierenden fundiertes Wissen über qualitative und quantitative Methoden der empirischen Sozialforschung erwerben und empirisch gewonnenes Datenmaterial analysieren und aus den Ergebnissen Handlungsempfehlungen ableiten können sollen.

Schlüsselqualifikationen sollen in allen Bachelorstudiengängen durch Trainingsseminare im Rahmen des Moduls „Soziale und Interkulturelle Kompetenz“ vermittelt werden. Die einzelnen Komponenten dieses Moduls umfassen u. a. ein betriebswirtschaftliches Planspiel, Präsentationstrainings sowie Tutoren-Trainings zum Thema „Kommunikation und Teamarbeit“.

Die Wichtigkeit der Thematik „Ethik und Gesellschaftliche Verantwortung“ soll durch die übernommene Selbstverpflichtung der „Principles of Responsible Management Education“ der UN dokumentiert werden sowie durch das Wahlpflichtmodul „Ethik und Gesellschaftliche Verantwortung“ der Bachelorstudiengänge, das u. a. die Veranstaltungen „Wirtschaft- und Unternehmensethik“ und „Nachhaltige Entwicklung“ enthält. Im gesamten Curriculum sollen Aspekte der Wirtschafts- und Unternehmensethik thematisiert werden.

In den Studiengängen werden nach Angaben der Hochschule verschiedene Lehrformen, z. B. Vorlesung, Übung, Seminar, Praktikum, und verschiedene Lernformen, Selbststudium, Teamarbeit und Vorlesungsunterricht eingesetzt.

In den Studiengängen werden nach Angaben der Hochschule soweit internationale Aspekte berücksichtigt, wie sie für das spätere Berufsfeld notwendig sind. Die Hochschule gibt an, ein ISP-Zertifikat zu vergeben, wenn mindestens 30 Leistungspunkte in englischsprachigen Veranstaltungen erworben werden. Die Hochschule Pforzheim empfiehlt für Auslandsstudiensemester im Ba-

chelorstudium das sechste Studiensemester. Der Abschluss eines Learning Agreements ist für Studierende, die einen Auslandsaufenthalt anstreben, verpflichtend.

Die Zulassung zu den Bachelorstudiengängen erfolgt zu 90 % über die Note der Hochschulzugangsberechtigung und zu 10 % über Wartezeit. Die Hochschulzugangsnote kann aufgewertet werden, wenn in einem hochschuleigenen Eignungstest eine bessere Note erreicht wird.

Bewertung

Das Profil der Bachelorstudiengänge ist gekennzeichnet durch eine sehr spezifische Berufsfeldorientierung, gepaart mit einer soliden betriebswirtschaftlichen Grundausbildung und Qualifikation in wissenschaftlichen, quantitativen Methoden. Die Studiengänge sind geeignet, die Absolventinnen und Absolventen direkt in eine qualifizierte Erwerbstätigkeit zu überführen. Die von der Hochschule definierten fachlichen und überfachlichen Qualifikationsziele sind entsprechend der angestrebten Berufsfeldorientierung ausgerichtet und zielen auf Basis einer wissenschaftlichen Befähigung auf eine berufsfeldspezifische „Employability“ der Studierenden. Sie sind einerseits auf eine breite Qualifikation der Studierenden und andererseits entsprechend spezifisch ausgerichtet. .

Die beantragte Umbenennung des Bachelorstudiengangs „Betriebswirtschaft/Markt- und Kommunikationsforschung“ in „Betriebswirtschaft/Marktforschung und Konsumentenpsychologie“ sowie des Bachelorstudiengangs „Betriebswirtschaft/Werbung“ in „Betriebswirtschaft/Marketingkommunikation und Werbung“ wird von den Gutachterinnen und Gutachtern begrüßt. Auch wenn die neuen Titulierungen in streng sachlicher Hinsicht teilweise nicht ganz überschneidungsfrei sind (Werbung wird üblicherweise als ein Teilgebiet von Marketingkommunikation verstanden) bzw. als zu verengt erscheinen („Marktforschung“ deckt nicht mehr alles ab, was heute in der Praxis als datengestützter „Marketing Decision Support“ betrieben wird), so signalisieren sie doch in der Kommunikation nach außen das Richtige. Die dazu jeweils formulierten studiengangsspezifischen Lernziele erscheinen allerdings teilweise als zu unspezifisch gefasst und sollten studiengangsspezifisch deutlicher dargestellt werden **[Monitum 2]**.

In den Curricula ist eine Reihe von Veranstaltungen auf Persönlichkeitsentwicklung ausgerichtet. Zusätzlich tragen auch unterschiedliche Lehrformen zur Erreichung der Qualifikationsziele bei. Die Befähigung zu gesellschaftlichem Engagement wird explizit durch spezifische Modulangebote erreicht, implizit werden innerhalb der fachspezifischen Module in unterschiedlichem Umfang die Themen Nachhaltigkeit und Ethik integriert.

Die Zugangsvoraussetzungen sind eindeutig in der Zulassungssatzung geregelt und entsprechen dem allgemein üblichen Standard der deutschen Hochschullandschaft. Es sind keine studiengangsspezifischen Voraussetzungen vorgesehen. Für die betreffenden Studiengänge ist ein Auswahlverfahren vorgesehen, welches für alle Bachelorstudiengänge der Hochschule Pforzheim gleichermaßen Gültigkeit hat. Die Kriterien des Auswahlverfahrens sind dergestalt an dem Studienprogramm ausgerichtet, dass einerseits den für den hohen Anteil an quantitativen Methoden notwendigen mathematischen Voraussetzungen Rechnung getragen wird, andererseits das angemessene Niveau englischer Sprachkenntnisse für den Studienverlauf sichergestellt ist.

2.1.2 Qualität des Curriculums

Das Studium der Bachelorstudiengänge besteht aus insgesamt 20 studiengangsübergreifenden Modulen, die nach Angaben der Hochschule nach Sachkriterien zu Schwerpunkten zusammengefasst sind und sich über sieben Semester verteilen. Das Studium umfasst insgesamt 210 Leistungspunkte. Der Studienverlaufsplan sieht vor, dass in den ersten Semestern überwiegend studiengangsübergreifende Module, die auch in anderen Bachelorstudiengängen der Fakultät verwendet werden, zu belegen sind. So sind im ersten Studiensemester noch keine studiengangs-

spezifischen Module vorgesehen. Folgende Schwerpunkte werden nach Angabe der Hochschule im studiengangübergreifenden Teil gebildet:

- Betriebswirtschaftslehre
- Volkswirtschaftslehre
- Recht
- Quantitative Methoden
- Allgemeine Handlungskompetenz/Ethik und gesellschaftliche Verantwortung
- Praxissemester
- Fachwissenschaftliches Kolloquium, mündliche Bachelorprüfung, Bachelor-Thesis

Im Studienverlauf der Bachelorstudiengänge nimmt der Anteil der fachspezifischen Module zu.

In den Bachelorstudiengängen sollen acht studiengangsspezifische Module, z. B. aus dem Bereich des „Produkt-, Marken- und Kundenmanagements“ oder spezielle Module wie „Marketing- Informationsmanagement“ belegt werden.

Bewertung

Die Curricula der Bachelorstudiengänge entsprechen den Anforderungen, die im „Qualifikationsrahmen für deutsche Hochschulabschlüsse“ für Bachelorstudiengänge definiert werden. Die Curricula sind durch gute Studienplanstrukturen, eine breite Grundlagenausbildung im allgemeinen Teil sowie eine hohe Spezialisierung in den studiengangsspezifischen Modulen gekennzeichnet. Die sehr gute Berufsfeldorientierung sorgt dafür, dass die „Employability“ der bisherigen und zukünftigen Absolventinnen und Absolventen sehr hoch ist, was durch eine hohe Quote von Berufseinsteigern direkt nach dem erfolgreichen Abschluss des Bachelorstudiums deutlich wird: Die Absolventinnen und Absolventen können nahtlos in den Beruf einsteigen – und viele tun dies auch.

Die Kombination der Module ermöglicht es, dass die jeweiligen Qualifikationsziele der Studiengänge erreicht werden können.

Durch die vorgesehenen Module der Studiengänge werden Fachwissen und fachübergreifendes Wissen sowie fachliche, methodische und allgemeine bzw. Schlüsselkompetenzen vermittelt. Speziell vor dem Hintergrund der Internationalisierungsstrategie sollte man sich jedoch nach Meinung der Gutachterinnen und Gutachter nicht damit begnügen, Englisch auf B2-Niveau zu fordern, sondern ein Konzept zur Förderung von Wirtschaftsfremdsprachen, insbesondere Wirtschaftsentenglisch entwickeln **[Monitum 3]**.

Die seit der Erstakkreditierung vorgenommenen Änderungen in den Curricula sind insgesamt transparent, nachvollziehbar und zielen auf eine zukunfts- und arbeitsmarktgerichtete Qualifikation der Studierenden.

Für die Bachelorstudiengänge sind durch Vorlesungen, Übungen, Projekte und Teamarbeiten adäquate Lehr- und Lernformen vorgesehen, die von fachlich hochqualifizierten Lehrenden verantwortet werden. Insbesondere die intensive Einbindung von Praxisprojekten in den Studienverlauf ist positiv herauszuheben.

Für jedes Modul ist i. d. R. eine Modulprüfung vorgesehen. Die hierfür angebotenen Prüfungsformen (Klausuren, Hausarbeiten, Projektberichte, Praxisberichte, Präsentationen) passen zu den zu vermittelnden Kompetenzen. Ausnahmen von der Regel einer Prüfung pro Modul wurden nachvollziehbar begründet und führen insgesamt nicht zu einer zu hohen Prüfungsbelastung. Es ist darüber hinaus sichergestellt, dass jede/r Studierende im Verlauf des Studiums ein angemessenes Spektrum an Prüfungsformen kennen lernt.

Das für Auslandsaufenthalte vorgesehene Mobilitätsfenster ist curricular eingebunden. Es werden standardmäßig „Learning Agreements“ geschlossen. Es gibt dabei keine Probleme bei der Anerkennung von im Ausland erbrachten Leistungen. Die Auslandsplätze werden über Bewerbungen vergeben – aber jeder Studierende, der einen Auslandsaufenthalt anstrebt, hat hierzu die Möglichkeit. Auch die Kombination eines Auslandspraktikums mit einem Auslandsstudium, im Idealfalle als zweisemestriger, die Fremdsprachenkompetenz entsprechend fördernder Aufenthalt im selben Sprachraum, war bisher möglich, wurde aber nach Auskunft der Fakultät und der Studierenden noch kaum genutzt. Die Anerkennungsregeln entsprechen der Lissabon-Konvention und sind in den Prüfungsordnungen verankert.

Die Module sind vollständig im Modulhandbuch dokumentiert und werden, wenn notwendig, regelmäßig aktualisiert. Das jeweils aktuelle Modulhandbuch ist den Studierenden zugänglich (z. B. Downloadmöglichkeit).

2.2 Masterstudiengang „Creative Communication and Brand Management“

2.2.1 Profil und Ziele

Grundlage des Masterstudiengangs soll eine interdisziplinäre Kombination der Schwerpunkte „Brand-Management“ und „Marketing-Kommunikation“ aus dem Bereich der BWL mit einem kreativ-gestalterischen Managementbereich sein.

Die Studierenden sollen in die Lage versetzt werden, komplexe management- und designorientierte Kommunikations- und Markenaufgaben aus betriebswirtschaftlicher Sicht zu analysieren sowie geeignete Lösungen zu erarbeiten und umzusetzen.

Die Studierenden sollen als Qualifikationsziele kritisches, analytisches und kreatives Denken erlernen und sich Problemlösungs- und Transferkompetenzen, Kommunikations- und IT-kompetenzen sowie Fachwissen und Management-Techniken aneignen. Darüber hinaus sollen ihnen Teamfähigkeit und Führungskompetenzen vermittelt werden. Ethische und soziale Aspekte sollen in einzelnen Lehrveranstaltungen des Studiengangs angesprochen werden. Zugelassen zum Studium werden Bewerberinnen und Bewerber, die über einen einschlägigen Bachelorabschluss mit der Abschlussnote „gut“ oder besser verfügen. Darüber hinaus müssen Englischkenntnisse auf dem Niveau B2 nachgewiesen werden. Bewerberinnen und Bewerber mit weniger als 210 CP aus den Vorstudien müssen im Verlauf des Studiums 30 CP aus Zusatzangeboten der Hochschule absolvieren. Hierzu sollen entsprechende Studienvereinbarungen mit den Studierenden getroffen werden. Ein Auswahlverfahren im Rahmen der Zulassung ist vorhanden.

Nach erfolgreichem Abschluss wird den Absolventinnen und Absolventen der Abschlussgrad „Master of Arts“ verliehen. Es handelt sich laut Antrag um einen eher anwendungsorientierten Studiengang.

Bewertung

Das Konzept und Profil des Studiengangs ist nach Ansicht der Gutachterinnen und Gutachter überzeugend. Der Studiengang hat sich als ein stärker anwendungs- und berufsfeldorientierter Studiengang nach inzwischen zweifacher Akkreditierung offensichtlich bewährt. Angesichts der beiden durchaus unterschiedlichen, aber gleichzeitig angesprochenen Zielgruppen von BWL-Absolventinnen und Absolventen einerseits und Designabsolventinnen und -absolventen andererseits stellt dies keine Selbstverständlichkeit dar. Der Praxisbezug wird durch praxisintegrierende Lehrveranstaltungen, Praxisprojekte während des Studiums, Lehrbeauftragte aus der Praxis und Exkursionen zu Unternehmen sichergestellt. Mit dem Profil einer gemeinsamen Ausbildung von Designerinnen und Designern sowie Betriebswirtinnen und Betriebswirten im Rahmen dieses Studiengangs hat die Hochschule Pforzheim in Deutschland nach Einschätzung der Gutachterinnen und Gutachter eine Alleinstellung erlangt.

Als Indiz für das erfolgreiche Konzept können die steigenden Bewerberzahlen angesehen werden. Der weitaus größte Teil der zugelassenen Studierenden hat sein Erststudium an der Hochschule Pforzheim absolviert – teils an der Fakultät für Wirtschaft und Recht, teils im Bereich Design an der Fakultät für Gestaltung.

Das Studiengangkonzept ist auf diverse konkrete Berufsfelder ausgerichtet und dürfte für diese Berufsfelder gut qualifizieren. Ergebnisse einer Absolventenbefragung aus dem Jahr 2010 bestätigen diesen Eindruck im Wesentlichen, beziehen sich allerdings noch auf das alte Curriculum, das ab dem WS 2014/15 durch ein neues, konzeptionell aber kaum verändertes abgelöst werden soll (s.u.). Das Studienprogramm ist in der alten wie der neuen Fassung an den von der Hochschule definierten Qualifikationszielen orientiert. Es beinhaltet fachliche wie auch überfachliche Elemente, die sich zum einen bereits aus einem weit gefassten, interdisziplinären Fachverständnis im BWL- wie im Designbereich und zum anderen aus den auf Interaktion, Teamarbeit, Kreativität und projektbezogene Problemlösungen ausgerichteten Lehrveranstaltungskonzepten ergeben und auf eine wissenschaftliche Befähigung zielen. Durch das Studiengangskonzept wird auch ein Beitrag zur weiteren Persönlichkeitsentwicklung der Studierenden geleistet. Ethische und soziale Aspekte werden zwar nicht in eigens dafür konzipierten Lehrveranstaltungen, aber ersichtlich in den Lehrveranstaltungen CDC 2050 Modul 3D (Design Methodology) und MCO 5061 des Moduls 8 (Instrumente) des neuen Curriculums mit angesprochen und gewährleistet somit auch eine Befähigung zum gesellschaftlichen Engagement.

Die Zulassungsvoraussetzungen sind in einer entsprechenden Masterzulassungssatzung transparent geregelt. Es gibt ein spezifisches zweistufiges Auswahlverfahren, das den Anforderungen des Studiengangs sinnvoll Rechnung trägt und in der zweiten Stufe (die 50 besten Bewerberinnen und Bewerber aus der ersten Stufe) persönliche Auswahlgespräche vorsieht. Mit jedem der zugelassenen Bewerberinnen und Bewerber wird im ersten Semester zur Identifikation evtl. noch fehlender Kompetenzen ein individuelles Gespräch geführt. Falls zugelassene Bewerberinnen bzw. Bewerber nicht die erforderlichen 210 CP aus ihrem Erststudium nachweisen können, müssen zur Auffüllung zusätzlich 30 CP aus Lehrveranstaltungen aus den Masterprogrammen oder aus bestimmten Veranstaltungen der Bachelorprogramme erworben werden, um mit Abschluss des Masterstudiums auf 300 CP zu kommen. Fachliche Defizite aus dem Bachelorstudium können auch auf diese Weise noch ausgeglichen werden.

Die eventuell noch fehlenden CP können auch in Form eines Berufspraktikums erworben werden, allerdings ist ein Berufspraktikum keine obligatorische Zugangsvoraussetzung. Wenn Bewerberinnen oder Bewerber zugelassen werden, die vorher noch kein Berufspraktikum absolviert haben und diese dann auch im Masterstudium ein solches Praktikum nicht obligatorisch ableisten müssen, so wäre dies kritisch zu sehen. Ein konsekutives Studium in einem derart berufsfeld- und anwendungsorientierten Bereich darf nicht ohne Absolvieren eines Berufspraktikums möglich sein **[Monitum 4]**.

2.2.2 Qualität des Curriculums

Im ersten Semester sollen die Studierenden je nach Erststudium (Design oder BWL) mehrere Pflichtmodule im Gesamtumfang von 22 CP aus dem jeweils anderen Bereich plus ein Wahlpflichtmodul absolvieren. Anschließend sollen im neuen Curriculum ab dem Wintersemester 2014/15 die beiden zweisemestrigen Module „Management“ und „Training“ sowie die einsemestrigen Module „Forschung“, „Instrumente“, „Markenführung“ (alle im 2. Semester) sowie ein Modul „Projekte“ und das Modul zur Masterthesis (beide im 3. Semester) absolviert werden.

Bewertung

Das Curriculum ist in der alten ebenso wie in der neuen Fassung sehr gut strukturiert. Unverändert sind im ersten Semester von BWL-Absolventinnen und Absolventen 22 CP in Designgrund-

lagen zu absolvieren und von Designabsolventinnen und -absolventen 22 CP in BWL- und Marketinggrundlagen, um mit den Modulen 1 und 2 bzw. in der neuen Fassung 1 bis 3 gleiche fachliche Voraussetzungen herzustellen. Hinzu kommen im ersten Semester für beide Gruppen acht CP aus dem Modul 4, das Wahlmöglichkeiten aus insgesamt sieben fachlichen und überfachlichen, jeweils mit zwei oder drei CP versehenen Veranstaltungen offeriert. Dieses Curriculum mit seinen Änderungen wird von den Gutachterinnen und Gutachtern als sehr positiv bewertet. Die Module sind in ihrer Kombination geeignet, die angestrebten Qualifikationsziele zu erreichen.

Die einzelnen Module sind im Modulhandbuch ausführlich und informativ beschrieben. Es ist jedem Studierenden leicht zugänglich und wird offensichtlich stetig aktualisiert. Daraus geht auch deutlich hervor, dass durch das Curriculum Fachwissen und fachübergreifendes Wissen sowie fachliche, methodische und allgemeine bzw. Schlüsselkompetenzen vermittelt werden und das Curriculum insgesamt den Anforderungen des Qualifikationsrahmens für Deutsche Hochschulabschlüsse auf dem Masterniveau entspricht. Insbesondere die Module des zweiten und dritten Semesters, die der Wissensvertiefung dienen sollen, sind geeignet, neben instrumentalen auch systemische (zur eigenständigen Bearbeitung von Projekten und zur Erstellung einer Masterthesis) und kommunikative Kompetenzen (Rhetorik, Präsentation, Konfliktmanagement etc.) zu vermitteln. Im Modul 6 (MCO 5070, Training), das sich über zwei Semester aus insgesamt drei Teilmodulen zusammensetzt, erwirbt man laut Modulhandbuch über „unbewertete Prüfungsleistungen“ sechs CP, was aber das „Bestehen aller Teilmodule“ voraussetzt; dies erscheint erklärungsbedürftig und sollte genauer erläutert werden **[Monitum 5]**. Im Übrigen ist sichergestellt, dass jede/r Studierende im Verlauf des Studiums ein angemessenes Spektrum an Prüfungsformen kennen lernt und die Module i. d. R. mit einer Modulprüfung abschließen. Die Prüfungsformen orientieren sich gut an den zu erwerbenden Kompetenzen und die Lehr- und Lernformen sind adäquat festgelegt.

Die Lehrsprache ist, abgesehen von ganz wenigen Ausnahmen, Deutsch. In den hochschuleigenen Bachelorstudiengängen hingegen ist bereits ein obligatorischer Anteil englischsprachiger und darüber hinaus weiterer optionaler englischsprachiger Angebote vorgesehen. Gerade vor dem Hintergrund der von der Hochschule verfolgten Internationalisierungsstrategie scheint daher das Masterstudium diesen Anspruch nur sehr bedingt zu erfüllen. Dies überrascht umso mehr, als man aufgrund der (an der Hochschule auf Masterebene traditionell) englischsprachigen Denomination der Studiengänge auch einen größeren Anteil von Lehrveranstaltungen in (wirtschafts-)englischer Sprache erwarten dürfte. Gerade die Thematik „Creative Communication and Brand Management“ ist ja schon aus fachlich-inhaltlicher und praxisbezogener Sicht in hohem Maße international und somit auch englischsprachig verankert. Zudem werden in etlichen Modulen gezielt internationale Zusammenhänge angesprochen – auf Deutsch. Die Möglichkeit zu einem Auslandsstudium ist zwar prinzipiell gegeben, lässt sich aber in ein dreisemestriges Studienkonzept kaum noch systematisch einbauen, weswegen verständlicher Weise kein sog. Mobilitätsfenster vorgesehen werden konnte. Zu einer Internationalisierungsstrategie gehört umgekehrt auch ein Konzept für die Attraktion und Integration ausländischer Studierender. Ein solches liegt in Form des „International Study Program offered in English and German“ für „Undergraduate Business Courses“, also auf Bachelorebene vor. Auf Masterebene fehlt es offenbar noch. Die Gutachterinnen und Gutachter empfehlen mithin Veranstaltungen zum Wirtschaftsenglisch ins Curriculum zu integrieren **[Monitum 3]** und insbesondere in diesem Masterstudiengang die Internationalisierungsbemühungen zu verstärken und englischsprachige Veranstaltungen anzubieten **[Monitum 6]**.

3 Zusammenfassung der Monita

Monita:

1. Es sollte überprüft werden, ob der Wechsel zwischen den Bachelorstudiengängen vereinfacht werden kann.
2. Die Lernziele der Bachelorstudiengänge sollten noch stärker studiengangsspezifisch formuliert werden.
3. Speziell vor dem Hintergrund der Internationalisierungsstrategie sollte ein Konzept zur Förderung des Erwerbs von Wirtschaftssprachen, insbesondere Wirtschaftsenglisch, in allen Studiengängen entwickelt werden.
4. Es muss zur Erreichung der Qualifikationsziele im Masterstudiengang „Creative Communication and Brand Management“ sichergestellt werden, dass alle Studierenden mit Abschluss des Masterstudiums ein Berufspraktikum absolviert haben.
5. Die Voraussetzungen für die Vergabe der Credit Points im Modul 6 „Training“ des Masterstudiengangs „Creative Communication and Brand Management“ sollten genauer im Modulhandbuch dargestellt werden.
6. Im Masterstudiengang „Creative Communication and Brand Management“ sollten englischsprachige Veranstaltungen angeboten werden.

III. Beschlussempfehlung

Kriterium 2.1: Qualifikationsziele des Studiengangskonzepts

Das Studiengangskonzept orientiert sich an Qualifikationszielen. Diese umfassen fachliche und überfachliche Aspekte und beziehen sich insbesondere auf die Bereiche

- *wissenschaftliche oder künstlerische Befähigung,*
- *Befähigung, eine qualifizierte Erwerbstätigkeit aufzunehmen,*
- *Befähigung zum gesellschaftlichen Engagement*
- *und Persönlichkeitsentwicklung.*

Auf Grundlage der obigen Bewertung wird das Kriterium für den Studiengang „Creative Communication and Brand Marketing“ mit Einschränkungen als erfüllt angesehen. Für alle weiteren im Paket enthaltenen Studiengänge wird das Kriterium als erfüllt angesehen.

Die Gutachtergruppe konstatiert folgenden Veränderungsbedarf:

- Es muss zur Erreichung der Qualifikationsziele im Masterstudiengang „Creative Communication and Brand Management“ sichergestellt werden, dass alle Studierenden mit Abschluss des Masterstudiums ein Berufspraktikum absolviert haben.

Kriterium 2.2: Konzeptionelle Einordnung des Studiengangs in das Studiensystem

Der Studiengang entspricht

- (1) den Anforderungen des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse vom 21.04.2005 in der jeweils gültigen Fassung,*
- (2) den Anforderungen der Ländergemeinsamen Strukturvorgaben für die Akkreditierung von Bachelor- und Masterstudiengängen vom 10.10.2003 in der jeweils gültigen Fassung,*
- (3) landesspezifischen Strukturvorgaben für die Akkreditierung von Bachelor- und Masterstudiengängen,*
- (4) der verbindlichen Auslegung und Zusammenfassung von (1) bis (3) durch den Akkreditierungsrat.*

Auf Grundlage der obigen Bewertung wird das Kriterium für die Studiengänge als erfüllt angesehen.

Kriterium 2.3: Studiengangskonzept

Das Studiengangskonzept umfasst die Vermittlung von Fachwissen und fachübergreifendem Wissen sowie von fachlichen, methodischen und generischen Kompetenzen.

Es ist in der Kombination der einzelnen Module stimmig im Hinblick auf formulierte Qualifikationsziele aufgebaut und sieht adäquate Lehr- und Lernformen vor. Gegebenenfalls vorgesehene Praxisanteile werden so ausgestaltet, dass Leistungspunkte (ECTS) erworben werden können.

Es legt die Zugangsvoraussetzungen und gegebenenfalls ein adäquates Auswahlverfahren fest sowie Anerkennungsregeln für an anderen Hochschulen erbrachte Leistungen gemäß der Lissabon Konvention und außerhochschulisch erbrachte Leistungen. Dabei werden Regelungen zum Nachteilsausgleich für Studierende mit Behinderung getroffen. Gegebenenfalls vorgesehene Mobilitätsfenster werden curricular eingebunden.

Die Studienorganisation gewährleistet die Umsetzung des Studiengangskonzeptes.

Auf Grundlage der obigen Bewertung wird das Kriterium für die Studiengänge als erfüllt angesehen.

Kriterium 2.4: Studierbarkeit

Die Studierbarkeit des Studiengangs wird gewährleistet durch:

- *die Berücksichtigung der erwarteten Eingangsqualifikationen,*
- *eine geeignete Studienplangestaltung*
- *die auf Plausibilität hin überprüfte (bzw. im Falle der Erstakkreditierung nach Erfahrungswerten geschätzte) Angabe der studentischen Arbeitsbelastung,*
- *eine adäquate und belastungsangemessene Prüfungsdichte und -organisation,*
- *entsprechende Betreuungsangebote sowie*
- *fachliche und überfachliche Studienberatung.*

Die Belange von Studierenden mit Behinderung werden berücksichtigt.

Auf Grundlage der obigen Bewertung wird das Kriterium für die Studiengänge als erfüllt angesehen.

Kriterium 2.5: Prüfungssystem

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

Auf Grundlage der obigen Bewertung wird das Kriterium für die Studiengänge als erfüllt angesehen.

Kriterium 2.6: Studiengangsbezogene Kooperationen

Beteiligt oder beauftragt die Hochschule andere Organisationen mit der Durchführung von Teilen des Studiengangs, gewährleistet sie die Umsetzung und die Qualität des Studiengangskonzeptes. Umfang und Art bestehender Kooperationen mit anderen Hochschulen, Unternehmen und sonstigen Einrichtungen sind beschrieben und die der Kooperation zu Grunde liegenden Vereinbarungen dokumentiert.

Das Kriterium entfällt.

Kriterium 2.7: Ausstattung

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

Auf Grundlage der obigen Bewertung wird das Kriterium für die als erfüllt angesehen.

Kriterium 2.8: Transparenz und Dokumentation

Studiengang, Studienverlauf, Prüfungsanforderungen und Zugangsvoraussetzungen einschließlich der Nachteilsausgleichsregelungen für Studierende mit Behinderung sind dokumentiert und veröffentlicht.

Auf Grundlage der obigen Bewertung wird das Kriterium für die als erfüllt angesehen.

Kriterium 2.9: Qualitätssicherung und Weiterentwicklung

Ergebnisse des hochschulinternen Qualitätsmanagements werden bei den Weiterentwicklungen des Studienganges berücksichtigt. Dabei berücksichtigt die Hochschule Evaluationsergebnisse, Untersuchungen der studentischen Arbeitsbelastung, des Studienerfolgs und des Absolventenverbleibs.

Auf Grundlage der obigen Bewertung wird das Kriterium für die Studiengänge als erfüllt angesehen.

Kriterium 2.10: Studiengänge mit besonderem Profilspruch

Studiengänge mit besonderem Profilspruch entsprechen besonderen Anforderungen. Die vorgenannten Kriterien und Verfahrensregeln sind unter Berücksichtigung dieser Anforderungen anzuwenden.

Das Kriterium entfällt.

Kriterium 2.11: Geschlechtergerechtigkeit und Chancengleichheit

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

Auf Grundlage der obigen Bewertung wird das Kriterium für die Studiengänge als erfüllt angesehen.

Zur Weiterentwicklung der Studiengänge gibt die Gutachtergruppe folgende Empfehlungen:

- Es sollte überprüft werden, ob der Wechsel zwischen den Bachelorstudiengängen vereinfacht werden kann.
- Die Lernziele der Bachelorstudiengänge sollten noch stärker studiengangsspezifisch formuliert werden.
- Speziell vor dem Hintergrund der Internationalisierungsstrategie sollte ein Konzept zur Förderung des Erwerbs von Wirtschaftssprachen, insbesondere Wirtschaftsenglisch, in allen Studiengängen entwickelt werden.
- Die Voraussetzungen für die Vergabe der Credit Points im Modul 6 „Training“ des Masterstudiengangs „Creative Communication and Brand Management“ sollten genauer im Modulhandbuch dargestellt werden.
- Im Masterstudiengang „Creative Communication and Brand Management“ sollten englischsprachige Veranstaltungen angeboten werden..

Die Gutachtergruppe empfiehlt der Akkreditierungskommission von AQAS, den Studiengang „**Betriebswirtschaft/Marketing**“ an der **Hochschule Pforzheim** mit dem Abschluss „**Bachelor of Science**“ ohne Auflagen zu akkreditieren.

Die Gutachtergruppe empfiehlt der Akkreditierungskommission von AQAS, den Studiengang „**Betriebswirtschaft/Marketingkommunikation und Werbung**“ an der **Hochschule Pforzheim** mit dem Abschluss „**Bachelor of Science**“ ohne Auflagen zu akkreditieren.

Die Gutachtergruppe empfiehlt der Akkreditierungskommission von AQAS, den Studiengang „**Betriebswirtschaft/Marktforschung und Konsumentenpsychologie**“ an der **Hochschule Pforzheim** mit dem Abschluss „**Bachelor of Science**“ ohne Auflagen zu akkreditieren.

Die Gutachtergruppe empfiehlt der Akkreditierungskommission von AQAS, den Studiengang „**Creative Communication and Brand Management**“ an der **Hochschule Pforzheim** mit dem Abschluss „**Master of Arts**“ unter Berücksichtigung des oben genannten Veränderungsbedarfs zu akkreditieren.