

AKKREDITIERUNGSBERICHT

Programmakkreditierung – Bündelverfahren

Raster Fassung 02 – 04.03.2020

BÜNDEL BWL

BETRIEBSWIRTSCHAFT (SANKT AUGUSTIN &
RHEINBACH) (B.SC.)

WIRTSCHAFTSPSYCHOLOGIE (B.SC./M.SC.)

CONTROLLING UND MANAGEMENT (M.SC.)

INNOVATIONS- UND INFORMATIONSMANAGE-
MENT (M.SC.)

MARKETING (M.SC.)

CSR & NGO-MANAGEMENT (MBA)

Hochschule Bonn-Rhein-Sieg

[► Zum Inhaltsverzeichnis](#)

Hochschule	Hochschule Bonn-Rhein-Sieg
Ggf. Standort	Sankt Augustin, Rheinbach

Studiengang 01	Betriebswirtschaft (Sankt Augustin)		
Abschlussgrad / Abschlussbezeichnung	Bachelor of Science		
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)	1. September 2008		
Aufnahmekapazität (Maximale Anzahl der Studienplätze)	120	Pro Semester <input checked="" type="checkbox"/>	Pro Jahr <input type="checkbox"/>
Durchschnittliche Anzahl* der Studienanfängerinnen und Studienanfänger	128	Pro Semester <input checked="" type="checkbox"/>	Pro Jahr <input type="checkbox"/>
Durchschnittliche Anzahl* der Absolventinnen und Absolventen	128	Pro Semester <input checked="" type="checkbox"/>	Pro Jahr <input type="checkbox"/>
* Bezugszeitraum:	Zeitraum SoSe 13 bis WiSe 17/18		

Konzeptakkreditierung	<input type="checkbox"/>
Erstakkreditierung	<input type="checkbox"/>
Reakkreditierung Nr. (Anzahl)	2

Verantwortliche Agentur	AQAS e.V.
Zuständige Referentin	D. Groeger
Akkreditierungsbericht vom	23.03.2021

Studiengang 02	Betriebswirtschaft (Rheinbach)		
Abschlussgrad / Abschlussbezeichnung	Bachelor of Science		
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)	1. September 2016		
Aufnahmekapazität (Maximale Anzahl der Studienplätze)	187	Pro Semester <input type="checkbox"/>	Pro Jahr <input checked="" type="checkbox"/>
Durchschnittliche Anzahl* der Studienanfängerinnen und Studienanfänger	208	Pro Semester <input type="checkbox"/>	Pro Jahr <input checked="" type="checkbox"/>
Durchschnittliche Anzahl* der Absolventinnen und Absolventen	42	Pro Semester <input type="checkbox"/>	Pro Jahr <input checked="" type="checkbox"/>
* Bezugszeitraum:	Zeitraum WiSe 17/18 bis WiSe 18/19; es handelt sich hierbei um Wechsler aus einem auslaufenden Studiengang Business Administration		

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

Studiengang 03	Wirtschaftspsychologie		
Abschlussgrad / Abschlussbezeichnung	Bachelor of Science		
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)	1. September 2012		
Aufnahmekapazität (Maximale Anzahl der Studienplätze)	70	Pro Semester <input checked="" type="checkbox"/>	Pro Jahr <input type="checkbox"/>
Durchschnittliche Anzahl* der Studienanfängerinnen und Studienanfänger	75	Pro Semester <input checked="" type="checkbox"/>	Pro Jahr <input type="checkbox"/>
Durchschnittliche Anzahl* der Absolventinnen und Absolventen	25	Pro Semester <input checked="" type="checkbox"/>	Pro Jahr <input type="checkbox"/>
* Bezugszeitraum:	Seit es im SoSe 2015 den ersten Absolventen des damals noch 6-semesterigen Studiengangs gab		

Konzeptakkreditierung	<input type="checkbox"/>
Erstakkreditierung	<input type="checkbox"/>
Reakkreditierung Nr. (Anzahl)	2

Studiengang 04	Controlling und Management		
Abschlussgrad / Abschlussbezeichnung	Master of Science		
Studienform	Präsenz <input checked="" type="checkbox"/>	Fernstudium <input type="checkbox"/>	
	Vollzeit <input type="checkbox"/>	Intensiv <input type="checkbox"/>	
	Teilzeit <input checked="" type="checkbox"/>	Joint Degree <input type="checkbox"/>	
	Dual <input type="checkbox"/>	Kooperation § 19 MRVO <input type="checkbox"/>	
	Berufs- bzw. ausbildungsbegleitend <input checked="" type="checkbox"/>	Kooperation § 20 MRVO <input type="checkbox"/>	
Studiendauer (in Semestern)	4		
Anzahl der vergebenen ECTS-Punkte	90		
Bei Masterprogrammen:	konsekutiv <input checked="" type="checkbox"/>		weiterbildend <input type="checkbox"/>
Aufnahme des Studienbetriebs am (Datum)	1. März 2010		
Aufnahmekapazität (Maximale Anzahl der Studienplätze)	35	Pro Semester <input type="checkbox"/>	Pro Jahr <input checked="" type="checkbox"/>
Durchschnittliche Anzahl* der Studienanfängerinnen und Studienanfänger	35	Pro Semester <input type="checkbox"/>	Pro Jahr <input checked="" type="checkbox"/>
Durchschnittliche Anzahl* der Absolventinnen und Absolventen	17	Pro Semester <input checked="" type="checkbox"/>	Pro Jahr <input type="checkbox"/>
* Bezugszeitraum:	SoSe 2013 bis WiSe 17/18		
Konzeptakkreditierung	<input type="checkbox"/>		
Erstakkreditierung	<input type="checkbox"/>		
Reakkreditierung Nr. (Anzahl)	2		

Studiengang 05	Innovations- und Informationsmanagement		
Abschlussgrad / Abschlussbezeichnung	Master of Science		
Studienform	Präsenz <input checked="" type="checkbox"/>	Fernstudium <input type="checkbox"/>	
	Vollzeit <input type="checkbox"/>	Intensiv <input type="checkbox"/>	
	Teilzeit <input checked="" type="checkbox"/>	Joint Degree <input type="checkbox"/>	
	Dual <input type="checkbox"/>	Kooperation § 19 MRVO <input type="checkbox"/>	
	Berufs- bzw. ausbildungsbegleitend <input checked="" type="checkbox"/>	Kooperation § 20 MRVO <input type="checkbox"/>	
Studiendauer (in Semestern)	4		
Anzahl der vergebenen ECTS-Punkte	90		
Bei Masterprogrammen:	konsekutiv <input checked="" type="checkbox"/>		weiterbildend <input type="checkbox"/>
Aufnahme des Studienbetriebs am (Datum)	1. März 2010		
Aufnahmekapazität (Maximale Anzahl der Studienplätze)	25	Pro Semester <input type="checkbox"/>	Pro Jahr <input checked="" type="checkbox"/>
Durchschnittliche Anzahl* der Studienanfängerinnen und Studienanfänger	25	Pro Semester <input type="checkbox"/>	Pro Jahr <input checked="" type="checkbox"/>
Durchschnittliche Anzahl* der Absolventinnen und Absolventen	8	Pro Semester <input checked="" type="checkbox"/>	Pro Jahr <input type="checkbox"/>
* Bezugszeitraum:	SoSe 2013 bis WiSe 17/18		

Konzeptakkreditierung	<input type="checkbox"/>
Erstakkreditierung	<input type="checkbox"/>
Reakkreditierung Nr. (Anzahl)	2

Studiengang 06	Marketing		
Abschlussgrad / Abschlussbezeichnung	Master of Science		
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)	1. September 2016		
Aufnahmekapazität (Maximale Anzahl der Studienplätze)	35	Pro Semester <input type="checkbox"/>	Pro Jahr <input checked="" type="checkbox"/>
Durchschnittliche Anzahl* der Studienanfängerinnen und Studienanfänger	24	Pro Semester <input type="checkbox"/>	Pro Jahr <input checked="" type="checkbox"/>
Durchschnittliche Anzahl* der Absolventinnen und Absolventen	7	Pro Semester <input checked="" type="checkbox"/>	Pro Jahr <input type="checkbox"/>
* Bezugszeitraum:	WiSe 17/18		

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

Studiengang 07	Wirtschaftspsychologie		
Abschlussgrad / Abschlussbezeichnung	Master of Science		
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)	1. September 2016		
Aufnahmekapazität (Maximale Anzahl der Studienplätze)	30	Pro Semester <input type="checkbox"/>	Pro Jahr <input checked="" type="checkbox"/>
Durchschnittliche Anzahl* der Studienanfängerinnen und Studienanfänger	30	Pro Semester <input type="checkbox"/>	Pro Jahr <input checked="" type="checkbox"/>
Durchschnittliche Anzahl* der Absolventinnen und Absolventen	8	Pro Semester <input checked="" type="checkbox"/>	Pro Jahr <input type="checkbox"/>
* Bezugszeitraum:	seit den ersten Absolventen im SoSe 2017		

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

Studiengang 08	CSR & NGO-Management		
Abschlussgrad / Abschlussbezeichnung	Master of Business Administration		
Studienform	Präsenz <input checked="" type="checkbox"/>	Fernstudium <input type="checkbox"/>	
	Vollzeit <input checked="" type="checkbox"/>	Intensiv <input type="checkbox"/>	
	Teilzeit <input checked="" 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 bzw. 5		
Anzahl der vergebenen ECTS-Punkte	90		
Bei Masterprogrammen:	konsekutiv <input type="checkbox"/>		weiterbildend <input checked="" type="checkbox"/>
Aufnahme des Studienbetriebs am (Datum)	1. September 2009		
Aufnahmekapazität (Maximale Anzahl der Studienplätze)	20	Pro Semester <input checked="" type="checkbox"/>	Pro Jahr <input type="checkbox"/>
Durchschnittliche Anzahl* der Studienanfängerinnen und Studienanfänger	16	Pro Semester <input checked="" type="checkbox"/>	Pro Jahr <input type="checkbox"/>
Durchschnittliche Anzahl* der Absolventinnen und Absolventen	9	Pro Semester <input checked="" type="checkbox"/>	Pro Jahr <input type="checkbox"/>
* Bezugszeitraum:			

Konzeptakkreditierung	<input type="checkbox"/>
Erstakkreditierung	<input type="checkbox"/>
Reakkreditierung Nr. (Anzahl)	2

Inhalt

Ergebnisse auf einen Blick	11
Kurzprofile der Studiengänge	14
Zusammenfassende Qualitätsbewertungen des Gutachtergremiums	18
I. Prüfbericht: Erfüllung der formalen Kriterien	21
I.1 Studienstruktur und Studiendauer (§ 3 MRVO)	21
I.2 Studiengangsprofile (§ 4 MRVO)	21
I.3 Zugangsvoraussetzungen und Übergänge zwischen Studienangeboten (§ 5 MRVO)	22
I.4 Abschlüsse und Abschlussbezeichnungen (§ 6 MRVO)	22
I.5 Modularisierung (§ 7 MRVO)	23
I.6 Leistungspunktesystem (§ 8 MRVO)	23
I.7 Anerkennung und Anrechnung (Art. 2 Abs. 2 StAkrStV)	24
II. Gutachten: Erfüllung der fachlich-inhaltlichen Kriterien	25
II.1 Schwerpunkte der Bewertung / Fokus der Qualitätsentwicklung	25
II.2 Qualifikationsziele und Abschlussniveau (§ 11 MRVO).....	25
II.3 Schlüssiges Studiengangskonzept und adäquate Umsetzung (§ 12 MRVO)	32
II.3.1 Curriculum (§ 12 Abs. 1 Sätze 1 bis 3 und 5 MRVO)	32
II.3.2 Mobilität (§ 12 Abs. 1 Satz 4 MRVO).....	40
II.3.3 Personelle Ausstattung (§ 12 Abs. 2 MRVO)	41
II.3.4 Ressourcenausstattung (§ 12 Abs. 3 MRVO).....	41
II.3.5 Prüfungssystem (§ 12 Abs. 4 MRVO).....	42
II.3.6 Studierbarkeit (§ 12 Abs. 5 MRVO)	43
II.3.7 Besonderer Profilanspruch (§ 12 Abs. 6 MRVO).....	44
II.4 Fachlich-Inhaltliche Gestaltung der Studiengänge (§ 13 MRVO).....	45
II.4.1 Aktualität der fachlichen und wissenschaftlichen Anforderungen.....	45
II.5 Studienerfolg (§ 14 MRVO).....	46
II.6 Geschlechtergerechtigkeit und Nachteilsausgleich (§ 15 MRVO)	47
III. Begutachtungsverfahren	48
III.1 Allgemeine Hinweise.....	48
III.2 Rechtliche Grundlagen.....	48
III.3 Gutachtergruppe	48
IV. Datenblatt	49
IV.1 Daten zum Studiengang zum Zeitpunkt der Begutachtung	49
IV.2 Daten zur Akkreditierung.....	49

Ergebnisse auf einen Blick

Studiengang 01 „Betriebswirtschaftslehre (Sankt Augustin)“ (B.Sc.)

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 02 „Betriebswirtschaftslehre (Rheinbach)“ (B.Sc.)

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 03 „Wirtschaftspsychologie“ (B.Sc.)

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 04 „Controlling und Management“ (M.Sc.)

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 05 „Innovations- und Informationsmanagement“ (M.Sc.)

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 06 „Marketing“ (M.Sc.)

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 07 „Wirtschaftspsychologie“ (M.Sc.)

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 08 „CSR & NGO-Management (MBA)“

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

Kurzprofile der Studiengänge

Studiengang 1 „Betriebswirtschaftslehre (Sankt Augustin)“ (B.Sc.)

Die Hochschule Bonn-Rhein-Sieg bietet Bachelor- und Masterstudiengänge in den fünf Fachbereichen Wirtschaftswissenschaften, Informatik, Elektrotechnik, Maschinenbau und Technikjournalismus, Angewandte Naturwissenschaften sowie Sozialversicherung an. In ihrem Profil orientiert sich die Hochschule nach eigenen Angaben an den Grundsätzen Internationalität, Innovation und Vernetzung in Lehre, Forschung und Transfer. Die Nachhaltigkeit bildet ein hochschulübergreifendes Leitmotiv. Die vorgelegten Studiengänge sind dem Fachbereich Wirtschaftswissenschaften am Campus Rheinbach und am Campus St. Augustin zugeordnet.

Die Studierenden des Studiengangs sollen befähigt werden, die Aktivitäten von Unternehmen oder generell betriebswirtschaftliche Prozesse in Organisationen auf der Basis persönlicher, sozialer, fachlicher und methodischer Kompetenzen zu unterstützen, zu gestalten oder – mit zusätzlicher praktischer Erfahrung – zu leiten. Dafür soll der grundständige Bachelorstudiengang einen systematischen und praxisorientierten Zugang zu den betrieblichen Funktionen in Unternehmen ermöglichen. Aufbauend auf den Basismodulen eines grundständigen betriebswirtschaftlichen Studiums können 19 verschiedene Schwerpunktfächer gewählt werden. Ziel ist es, die Studierenden auf eine Managementtätigkeit in nationalen und internationalen Unternehmen mit Hilfe obligatorischer und fakultativer Fremdsprachenkurse vorzubereiten.

Als Zielgruppe weist die Hochschule Interessierte aus, die systematisch und praxisorientiert eine Managementtätigkeit in nationalen und internationalen Unternehmen anstreben.

Studiengang 2 „Betriebswirtschaftslehre (Rheinbach)“ (B.Sc.)

Die Hochschule Bonn-Rhein-Sieg bietet Bachelor- und Masterstudiengänge in den fünf Fachbereichen Wirtschaftswissenschaften, Informatik, Elektrotechnik, Maschinenbau und Technikjournalismus, Angewandte Naturwissenschaften sowie Sozialversicherung an. In ihrem Profil orientiert sich die Hochschule nach eigenen Angaben an den Grundsätzen Internationalität, Innovation und Vernetzung in Lehre, Forschung und Transfer. Die Nachhaltigkeit bildet ein hochschulübergreifendes Leitmotiv. Die vorgelegten Studiengänge sind dem Fachbereich Wirtschaftswissenschaften am Campus Rheinbach und am Campus St. Augustin zugeordnet.

Die Studierenden des Studiengangs sollen befähigt werden, die Aktivitäten von Unternehmen oder generell betriebswirtschaftliche Prozesse in Organisationen auf der Basis persönlicher, sozialer, fachlicher und methodischer Kompetenzen zu unterstützen, zu gestalten oder – mit zusätzlicher praktischer Erfahrung – zu leiten. Dafür soll der grundständige Bachelorstudiengang einen systematischen und praxisorientierten Zugang zu den betrieblichen Funktionen in Unternehmen ermöglichen. Aufbauend auf den Basismodulen eines grundständigen betriebswirtschaftlichen Studiums können 19 verschiedene Schwerpunktfächer gewählt werden. Ziel ist es, die Studierenden auf eine Managementtätigkeit in nationalen und internationalen Unternehmen mit Hilfe obligatorischer und fakultativer Fremdsprachenkurse vorzubereiten.

Als Zielgruppe weist die Hochschule Interessierte aus, die systematisch und praxisorientiert eine Managementtätigkeit in nationalen und internationalen Unternehmen anstreben.

Studiengang 3 „Wirtschaftspsychologie“ (B.Sc.)

Die Hochschule Bonn-Rhein-Sieg bietet Bachelor- und Masterstudiengänge in den fünf Fachbereichen Wirtschaftswissenschaften, Informatik, Elektrotechnik, Maschinenbau und Technikjournalismus, Angewandte Naturwissenschaften sowie Sozialversicherung an. In ihrem Profil orientiert sich die Hochschule nach eigenen Angaben an den Grundsätzen Internationalität, Innovation und Vernetzung in Lehre, Forschung und Transfer.

Die Nachhaltigkeit bildet ein hochschulübergreifendes Leitmotiv. Die vorgelegten Studiengänge sind dem Fachbereich Wirtschaftswissenschaften am Campus Rheinbach und am Campus St. Augustin zugeordnet.

Der Studiengang baut auf den Säulen (Wirtschafts-)Psychologie, Methodenlehre und Wirtschaftswissenschaften auf. Er zeichnet sich nach Angaben der Hochschule durch ein anwendungsbezogenes, wissenschaftliches Profil aus. Nachdem in den ersten Semestern die Grundlagen gelegt werden, können sich die Studierenden in zwei Schwerpunktfächern spezialisieren. Im Praxissemester im sechsten Semester wenden sie die erlernten Kompetenzen in der Praxis und in der Bachelorarbeit im siebten Semester anhand der Erforschung einer empirischen Fragestellung an.

Kernkompetenzen der Hochschule werden in den Bereichen Personal- & Organisationspsychologie sowie Finanz- & Marktpsychologie ausgewiesen – die Studierenden können sich durch entsprechende Schwerpunktfächer spezialisieren.

Studiengang 4 „Controlling und Management“ (M.Sc.)

Die Hochschule Bonn-Rhein-Sieg bietet Bachelor- und Masterstudiengänge in den fünf Fachbereichen Wirtschaftswissenschaften, Informatik, Elektrotechnik, Maschinenbau und Technikjournalismus, Angewandte Naturwissenschaften sowie Sozialversicherung an. In ihrem Profil orientiert sich die Hochschule nach eigenen Angaben an den Grundsätzen Internationalität, Innovation und Vernetzung in Lehre, Forschung und Transfer. Die Nachhaltigkeit bildet ein hochschulübergreifendes Leitmotiv. Die vorgelegten Studiengänge sind dem Fachbereich Wirtschaftswissenschaften am Campus Rheinbach und am Campus St. Augustin zugeordnet.

Der Studiengang soll auf gehobene Fach- und Führungsaufgaben allgemein und insbesondere im Finanzbereich vorbereiten. Dafür umfasst er die Vermittlung von notwendigen Basisfähigkeiten wie quantitative und qualitative Methoden und sukzessive Kernfähigkeiten vor allem in den Bereichen Kostenmanagement, Investitionsmanagement sowie Risikomanagement. Der Studiengang ist als Teilzeitprogramm konzipiert, um eine Berufstätigkeit parallel zu ermöglichen.

Studiengang 5 „Innovations- und Informationsmanagement“ (M.Sc.)

Die Hochschule Bonn-Rhein-Sieg bietet Bachelor- und Masterstudiengänge in den fünf Fachbereichen Wirtschaftswissenschaften, Informatik, Elektrotechnik, Maschinenbau und Technikjournalismus, Angewandte Naturwissenschaften sowie Sozialversicherung an. In ihrem Profil orientiert sich die Hochschule nach eigenen Angaben an den Grundsätzen Internationalität, Innovation und Vernetzung in Lehre, Forschung und Transfer. Die Nachhaltigkeit bildet ein hochschulübergreifendes Leitmotiv. Die vorgelegten Studiengänge sind dem Fachbereich Wirtschaftswissenschaften am Campus Rheinbach und am Campus St. Augustin zugeordnet.

Die Qualifikationsziele und Lernergebnisse sowie die fachlichen Schwerpunkte sind auf kreative und gestaltende Fach- und Führungstätigkeiten im Innovations- und Informationsmanagement ausgerichtet. Berufsbilder wie Chief Digital Officer, Chief Information Officer, Chief Innovation Officer, aber auch quantitativ geprägte Tätigkeiten wie Data Scientist, Data Analyst und IT-Service-Management sollen den Kern der Studieninhalte festlegen. Der Studiengang kann berufsbegleitend studiert werden, da die Vorlesungszeiten auf die Belange von Berufstätigen abgestimmt sind.

Studiengang 6 „Marketing“ (M.Sc.)

Die Hochschule Bonn-Rhein-Sieg bietet Bachelor- und Masterstudiengänge in den fünf Fachbereichen Wirtschaftswissenschaften, Informatik, Elektrotechnik, Maschinenbau und Technikjournalismus, Angewandte

Naturwissenschaften sowie Sozialversicherung an. In ihrem Profil orientiert sich die Hochschule nach eigenen Angaben an den Grundsätzen Internationalität, Innovation und Vernetzung in Lehre, Forschung und Transfer. Die Nachhaltigkeit bildet ein hochschulübergreifendes Leitmotiv. Die vorgelegten Studiengänge sind dem Fachbereich Wirtschaftswissenschaften am Campus Rheinbach und am Campus St. Augustin zugeordnet.

Der konsekutive Masterstudiengang baut inhaltlich auf den in einem Bachelorstudiengang der Wirtschaftswissenschaften/BWL erworbenen Kompetenzen auf, um neben vertiefendem Fachwissen grundlegende Schlüsselkompetenzen in den Ausbildungsbereichen Marketing, Methoden und Wirtschaftswissenschaften zu vermitteln. Es werden insbesondere verschiedene technologische Entwicklungen von Märkten und deren zukünftige Trends berücksichtigt.

Ziel ist es, den Studierenden auf der Basis einer systematischen und praxisorientierten Ausbildung ein vertieftes Verständnis für Marketingfragestellungen zu geben. Durch die Einbettung aktueller Marketing-Fragestellungen von Unternehmen sollen die Studierenden ein tiefgehendes Verständnis für theoretische, betriebswirtschaftliche Zusammenhänge und deren unmittelbare und agile Umsetzung in der Praxis erlernen.

Studiengang 7 „Wirtschaftspsychologie“ (M.Sc.)

Die Hochschule Bonn-Rhein-Sieg bietet Bachelor- und Masterstudiengänge in den fünf Fachbereichen Wirtschaftswissenschaften, Informatik, Elektrotechnik, Maschinenbau und Technikjournalismus, Angewandte Naturwissenschaften sowie Sozialversicherung an. In ihrem Profil orientiert sich die Hochschule nach eigenen Angaben an den Grundsätzen Internationalität, Innovation und Vernetzung in Lehre, Forschung und Transfer. Die Nachhaltigkeit bildet ein hochschulübergreifendes Leitmotiv. Die vorgelegten Studiengänge sind dem Fachbereich Wirtschaftswissenschaften am Campus Rheinbach und am Campus St. Augustin zugeordnet.

Ziel des Masterstudiengangs ist es, auf der Basis einer fundierten wirtschaftspsychologischen Grundlagen- und Methodenausbildung sowie durch Vermittlung eines vertieften Verständnisses für ökonomische Ziele, Prozesse und Handlungen anwendungsbezogene Kenntnisse, Fertigkeiten und Methoden für eine kompetente selbstständige wirtschaftspsychologische Tätigkeit zu vermitteln. Fachliche Schwerpunkte können im Rahmen der Wahlpflichtfächer gewählt werden – entweder im arbeits-, personal- und organisationspsychologischen Bereich oder in den Bereichen Finanz- & Marktpsychologie. Die Hochschule beschreibt den Studiengang als besonders anwendungsorientiert bei hoher Wissenschaftsorientierung.

Studiengang 8 „CSR & NGO-Management (MBA)“

Die Hochschule Bonn-Rhein-Sieg bietet Bachelor- und Masterstudiengänge in den fünf Fachbereichen Wirtschaftswissenschaften, Informatik, Elektrotechnik, Maschinenbau und Technikjournalismus, Angewandte Naturwissenschaften sowie Sozialversicherung an. In ihrem Profil orientiert sich die Hochschule nach eigenen Angaben an den Grundsätzen Internationalität, Innovation und Vernetzung in Lehre, Forschung und Transfer. Die Nachhaltigkeit bildet ein hochschulübergreifendes Leitmotiv. Die vorgelegten Studiengänge sind dem Fachbereich Wirtschaftswissenschaften am Campus Rheinbach und am Campus St. Augustin zugeordnet.

Das englischsprachige MBA-Programm bietet laut Hochschule eine wissenschaftlich fundierte und praxisnahe Managementausbildung mit dem Fokus auf NGOs und Unternehmen bzw. Unternehmensfunktionen im Bereich CSR. Durch die Kombination wissenschaftlichen und praxisorientierten Fachwissens über Konzepte, Methoden und Techniken des General Managements, mit einem Fokus auf strategische und funktional-operative Fragestellungen in NGOs und im CSR-Arbeitsfeld in privatwirtschaftlichen Unternehmen, sollen die Absolvent/inn/en befähigt werden, klassische Managementkomponenten mit CSR- und NGO-spezifischen Aspekten der Nachhaltigkeit und der gesellschaftlichen Verantwortung zu verbinden.

Der Studiengang richtet sich an internationale Studierende mit Berufserfahrung, die ihre Managementfähigkeiten weiterentwickeln möchten. Entsprechend ist das Programm als weiterbildender MBA konzipiert.

Zusammenfassende Qualitätsbewertungen des Gutachtergremiums

Studiengang 1 „Betriebswirtschaftslehre (Sankt Augustin)“ (B.Sc.)

Das Programm zeigt sich als solider, inhaltlich breit aufgestellter Bachelorstudiengang, dessen Qualifikationsziele transparent ausgewiesen sind. Der Studiengang weist eine Vielzahl an Schwerpunkt- und Ergänzungsfächern auf, was für Studierenden sehr attraktiv ist. Zudem begrüßt die Gutachtergruppe die gute strukturelle Verankerung von Auslandsaufenthalten durch definierte Mobilitätsfenster.

Der Studiengang wendet sich primär an Studierende, die nach ihrem Abschluss eine Tätigkeit in der Wirtschaft anstreben und denen die für die Berufspraxis notwendigen Fähigkeiten (fachlich, methodisch, sozial und individuell) vermittelt werden sollen. Ohne Zweifel werden die Studierenden auch in ihrer Persönlichkeitsentwicklung gefördert. So werden erfreulicherweise ergänzend zur wahlweisen Schwerpunktsetzung ab dem vierten Semester durchgängig Themen der Nachhaltigkeit, Digitalisierung, Internationalität sowie der persönlichen Managementkompetenz behandelt.

Studiengang 2 „Betriebswirtschaftslehre (Rheinbach)“ (B.Sc.)

Das Programm zeigt sich als solider, inhaltlich breit aufgestellter Bachelorstudiengang, dessen Qualifikationsziele transparent ausgewiesen sind. Der Studiengang weist eine Vielzahl an Schwerpunkt- und Ergänzungsfächern auf, was für Studierenden sehr attraktiv ist. Zudem begrüßt die Gutachtergruppe die gute strukturelle Verankerung von Auslandsaufenthalten durch definierte Mobilitätsfenster.

Der Studiengang wendet sich primär an Studierende, die nach ihrem Abschluss eine Tätigkeit in der Wirtschaft anstreben und denen die für die Berufspraxis notwendigen Fähigkeiten (fachlich, methodisch, sozial und individuell) vermittelt werden sollen. Ohne Zweifel werden die Studierenden auch in ihrer Persönlichkeitsentwicklung gefördert. So werden erfreulicherweise ergänzend zur wahlweisen Schwerpunktsetzung ab dem vierten Semester durchgängig Themen der Nachhaltigkeit, Digitalisierung, Internationalität sowie der persönlichen Managementkompetenz behandelt.

Studiengang 3 „Wirtschaftspsychologie“ (B.Sc.)

Die Qualifikationsziele des Studiengangs sowie die angestrebten Lernziele sind angemessen mit Blick auf spätere praktische Tätigkeiten an der Schnittstelle zwischen Psychologie und Wirtschaft. Der Studiengang umfasst für wirtschaftspsychologische Studiengänge und Tätigkeitsfelder passende Themen aus verschiedenen Bereichen der Psychologie und Wirtschaftswissenschaften.

Ein dreiteiliger Aufbau des Curriculums (fachlich-methodische Ausbildung zu Beginn, verstärkte Profilbildung durch Schwerpunktfächer, individuelle Ausrichtung nach persönlichen Entwicklungszielen insbesondere in den letzten beiden Semestern durch Ergänzungs- und Vertiefungsfächer, Praxissemester und Thesis) ermöglicht eine gute Balance aus gemeinsamer Wissensbasis für alle Studierenden und Freiräumen für eine individuelle Ausrichtung des Studiums sowie zwischen Grundlagen und Anwendung.

Die Überarbeitung des Curriculums zur Erfüllung der anspruchsvollen Kriterien des „European Certificate in Psychology“ sowie die damit einhergehende Anerkennung als wirtschaftspsychologischer Studiengang durch den Berufsverband Deutscher Psychologen (BDP) unterstreicht in besonderer Weise die Qualität und Ausrichtung des Studiengangs.

Studiengang 4 „Controlling und Management“ (M.Sc.)

Der Masterstudiengang beinhaltet eine fachorientierte Ausbildung in den Bereichen Controlling und Management, indem Kompetenzen für die strategischen und operativen Entscheidungen zur Unternehmenssteuerung vermittelt werden. Um die damit verbundenen Studienziele zu erreichen, enthalten einige Module in erster Linie praxisbezogene, andere eher theoriebezogene Inhalte. Diese dienen der Verbreiterung und Vertiefung des Wissens und der Weiterentwicklung von Kompetenzen dem Qualifikationsniveau entsprechend.

Die Studierenden werden frühzeitig an quantitative Methoden, wissenschaftliches Arbeiten und aktuelle Forschungen herangeführt. Somit werden eine anwendungsorientierte, wissenschaftliche Lehre und eine Verzahnung von Theorie und Praxis gewährleistet.

Studiengang 5 „Innovations- und Informationsmanagement“ (M.Sc.)

Der Studiengang behandelt aktuelle und relevante Themen und bedient eine steigende Nachfrage sowohl seitens der Wirtschaft wie der Bewerber/innen. Die Qualifikationsziele und die angestrebten Lernergebnisse sind transparent formuliert und sie umfassen sowohl vertiefende und verbreiternde fachliche Qualifikationen als auch Methodenkompetenz und berufsfeldbezogene Qualifikationen in angemessener Weise.

Die Studiengangsziele sind eher breit aufgestellt, wodurch sich der Studiengang von Angeboten im Bereich Data Analytics sinnvoll abgrenzt. Er kombiniert Aspekte der Betriebswirtschaftslehre mit denen der Wirtschaftsinformatik und qualifiziert dadurch für eine Reihe von Tätigkeiten.

Das Teilzeitmodell funktioniert sehr gut und ermöglicht den Studierenden eine frühe berufliche Vernetzung und Orientierung.

Studiengang 6 „Marketing“ (M.Sc.)

Der Studiengang ist seit der letzten Akkreditierung bezüglich des Profils nachvollziehbar weiterentwickelt worden. Durch die Einbettung aktueller Marketing-Fragestellungen von Unternehmen erlangen die Studierenden ein tiefgehendes Verständnis für marketingbezogene Zusammenhänge und deren unmittelbare und agile Umsetzung in der unternehmerischen Praxis. Dies stärkt die fachlichen und überfachlichen Aspekte des Studiengangs.

Die Gutachtergruppe begrüßt das komplett englischsprachige Angebot im Bereich Marketing. Auch ist die umfangreiche Behandlung von aktuellen Themen der Digitalisierung positiv zu bewerten.

Studiengang 7 „Wirtschaftspsychologie“ (M.Sc.)

Bei dem Programm handelt es sich um einen soliden und gut konzipierten wirtschaftspsychologischen Studiengang, dessen Qualifikationsziele und angestrebte Lernergebnisse hervorragend auf die Anforderungen wirtschaftspsychologischer Tätigkeiten in Wissenschaft und Praxis abgestimmt sind. Das Studiengangskonzept knüpft durch die Zusammenstellung der Inhalte, Lehr- und Prüfungsformen sehr gut an die Kenntnisse aus einem Bachelorstudium an und führt diese auf Masterniveau fort.

Eine starke Projektorientierung innerhalb zahlreicher Module sowie insbesondere im Rahmen des eigenständigen Moduls zur Projektarbeit eignet sich in besonderer Weise, um wissenschaftliche und praxisorientierte Kompetenzen zu vermitteln und dabei gleichzeitig kommunikative Fertigkeiten sowie die Persönlichkeitsentwicklung der Studierenden und Zusammenarbeit in Teams zu fördern.

Vielfältige Wahlmöglichkeiten im Bereich der psychologischen und wirtschaftswissenschaftlichen Anwendungsfächer (z.B. Arbeitspsychologie, Personal- und Organisationspsychologie, Markt- und Werbepsychologie, Finanzpsychologie) ermöglichen eine individuelle Profilbildung, die in Verbindung mit dem jeweiligen Erststudium der Studierenden auf vielfältige Tätigkeitsfelder an der Schnittstelle zwischen Psychologie und Wirtschaft abgestimmt werden kann.

Studiengang 8 „CSR & NGO-Management (MBA)“

Der MBA-Studiengang vermittelt vertiefte wissenschaftliche und praxisorientierte Erkenntnisse über Konzepte, Methoden und Techniken des General Managements mit einem Fokus auf strategische und funktional-operative Fragestellungen im Corporate Social Responsibility Bereich der Privatwirtschaft und in Nichtregierungsorganisationen. Die Qualifikationsziele sind transparent ausgewiesen und haben sich seit der Einführung des Programms bewährt.

Der Studiengang ist durch seine internationale Ausrichtung geprägt, die sich in den Lehrinhalten, der Unterrichtssprache und der Herkunft der Studierenden spiegelt. Die Lehrinhalte sind konsequent auf die Spezialisierung ausgerichtet. Zudem greift das Studienkonzept – wo sinnvoll – auf die beruflichen Erfahrungen der Studierenden zurück.

Hervorzuheben ist die engmaschige Betreuung der Studierenden.

I. Prüfbericht: Erfüllung der formalen Kriterien

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

I.1 Studienstruktur und Studiendauer (§ 3 MRVO)

Sachstand/Bewertung

Die Bachelorstudiengänge „Betriebswirtschaft“ (an den Standorten Sankt Augustin und Rheinland) sowie „Wirtschaftspsychologie“ werden als Vollzeitstudium angeboten und umfassen gemäß § 4 der jeweiligen Prüfungsordnung eine Regelstudienzeit von sieben Semestern und einen Umfang von 210 Credit Points (CP).

Die Masterstudiengänge „Controlling und Management“ sowie „Innovations- und Informationsmanagement“ werden als Teilzeitstudium angeboten und umfassen gemäß § 4 der gemeinsamen Prüfungsordnung eine Regelstudienzeit von vier Semestern und einen Umfang von 90 CP.

Die Masterstudiengänge „Marketing“ & „Wirtschaftspsychologie“ werden als Vollzeitstudium angeboten und umfassen gemäß § 4 der jeweiligen Prüfungsordnung eine Regelstudienzeit von drei Semestern und einen Umfang von 90 CP.

Der Masterstudiengang „CSR & NGO-Management“ wird als Voll- und Teilzeitstudium angeboten und umfasst gemäß § 4 der Prüfungsordnung eine Regelstudienzeit von drei bzw. fünf Semestern und einen Umfang von 90 CP.

Entscheidungsvorschlag

Das Kriterium ist erfüllt.

I.2 Studiengangsprofile (§ 4 MRVO)

Sachstand/Bewertung

Beim Studiengang „CSR & NGO-Management“ handelt sich um weiterbildenden Masterstudiengang. Bei den übrigen Masterstudiengängen handelt sich um konsekutive Studiengänge. Alle Masterstudiengänge haben ein von der Hochschule als anwendungsorientiert beschriebenes Profil.

Gemäß § 19 der jeweiligen Prüfungsordnung ist in allen Studiengängen eine Abschlussarbeit vorgesehen. Mit der Arbeit soll gezeigt werden, dass der/die Kandidat/in befähigt ist, innerhalb einer vorgegebenen Frist eine praxisorientierte Aufgabe aus dem Fachgebiet sowohl in ihren fachlichen Einzelheiten als auch in den fachübergreifenden Zusammenhängen nach wissenschaftlichen und fachpraktischen Methoden selbständig zu bearbeiten.

Die Bearbeitungszeit in den Bachelorstudiengängen beträgt gemäß § 21 der jeweiligen Prüfungsordnung drei Monate; in den Masterstudiengängen beträgt die Bearbeitungszeit vier Monate (§ 21 der jeweiligen Prüfungsordnung).

Entscheidungsvorschlag

Das Kriterium ist erfüllt.

I.3 Zugangsvoraussetzungen und Übergänge zwischen Studienangeboten (§ 5 MRVO)

Sachstand/Bewertung

Die Zugangsvoraussetzungen für die Studiengänge sind in § 3 der jeweiligen Prüfungsordnung festgelegt. Für das Bachelorstudium wird zugelassen, wer die Fachhochschulreife oder eine als gleichwertig anerkannte Qualifikation nachweist. Die Bachelorstudiengänge sind zudem mit einem Orts-NC belegt.

Zugang zu den Masterstudiengängen erhält, wer einen fachlich entsprechenden ersten berufsqualifizierenden Hochschulabschluss mit mindestens 210 CP erworben hat. Umfasst der erste Abschluss weniger als 210 CP, ist in der Regel gemäß § 12 der jeweiligen Prüfungsordnung ein Praxissemester zu absolvieren; lediglich im Masterstudiengang „Wirtschaftspsychologie“ gilt diese Regelung nicht.

Weitergehende Anforderungen in den Studiengängen sind:

Studiengang	Weitergehende Zugangsvoraussetzungen
„Controlling und Management“ (M.Sc.)	- Mindestnote 2,5 - 30 Credit Points in den Bereichen Internes Rechnungswesen, Externes Rechnungswesen, Finanzwirtschaft, Steuern
„CRS & NGO Management“ (MBA)	- 1 Jahr Arbeitserfahrung - Englischkenntnisse B2 GER
„Innovations- und Informationsmanagement“ (M.Sc.)	- Mindestnote 2,5 - 20 Credit Points Wirtschaftsinformatik
„Marketing“ (M.Sc.)	- Mindestnote 2,3 - Englischkenntnisse C1 GER
„Wirtschaftspsychologie“ (M.Sc.)	- mind. 30 Credit Points Wirtschaftspsychologie - mind. 30 Credit Points Methodenlehre/Diagnostik - mind. 15 Credit Points Grundlagenfächer Psychologie - mind. 15 Credit Points Wirtschaftswissenschaften - mind. 15 Credit Points im Praxissemester

Entscheidungsvorschlag

Das Kriterium ist erfüllt.

I.4 Abschlüsse und Abschlussbezeichnungen (§ 6 MRVO)

Sachstand/Bewertung

Es handelt sich um Studiengänge der Fächergruppe Wirtschaftswissenschaften. Als Abschlussgrad wird in den Bachelorstudiengängen gemäß § 2 der jeweiligen Prüfungsordnung „Bachelor of Science“ vergeben. In den Masterstudiengängen ist der Abschlussgrad gemäß § 2 der jeweiligen Prüfungsordnung mit Ausnahme des Studiengangs „CRS & NGO-Management“ „Master of Science“; bei dem genannten Studiengang ist der Abschlussgrad „Master of Business Administration“.

Gemäß § 26 der jeweiligen Prüfungsordnung erhalten die Absolvent/inn/en zusammen mit dem Zeugnis ein Diploma Supplement. Dem Selbstbericht liegen Beispiele in englischer Sprache in der aktuell von HRK und KMK abgestimmten gültigen Fassung (Stand Dezember 2018) bei.

Entscheidungsvorschlag

Das Kriterium ist erfüllt.

I.5 Modularisierung (§ 7 MRVO)

Sachstand/Bewertung

Die Curricula der Studiengänge bestehen aus Pflicht- und Wahlpflichtmodulen; in den Bachelorstudiengängen sind jeweils Praxisphasen im Umfang von 30 CP vorgesehen. Alle Module sind einsemestrig konzipiert bis auf die Module „Recht II“ und „Betriebliche Anwendungssysteme“ im Bachelorstudiengang „Betriebswirtschaftslehre“, „Methodenlehre 3“ im Studiengang „Wirtschaftspsychologie“, die Module „Marketing Process & Strategy“ und „Market Research & Data Management“ im Masterstudiengang „Marketing“, das Modul „External Environment: Economics“ im Masterstudiengang „CSR & NGO-Management“ und das Modul „Projektarbeit“ im Masterstudiengang „Wirtschaftspsychologie“, die jeweils zwei Semester umfassen.

Die Modulhandbücher enthalten grundsätzlich alle nach § 7 Abs. 2 MRVO erforderlichen Angaben, insbesondere Angaben zu den Inhalten und Qualifikationszielen, den Lehr- und Lernformen, den Leistungspunkten und der Prüfung sowie dem Arbeitsaufwand. Modulverantwortliche sind ebenfalls für jedes Modul benannt. Prüfungsformen sind in der jeweiligen Prüfungsordnung definiert; gemäß § 14 der jeweiligen Prüfungsordnung legt der Prüfungsausschuss die Dauer der jeweiligen Prüfung mindestens 12 Wochen vor dem Prüfungstermin fest.

Aus § 15 der jeweiligen Prüfungsordnungen geht hervor, dass auf dem Zeugnis neben der Abschlussnote nach deutschem Notensystem auch die Ausweisung einer relativen Note erfolgt.

Entscheidungsvorschlag

Das Kriterium ist erfüllt.

I.6 Leistungspunktesystem (§ 8 MRVO)

Sachstand/Bewertung

Gemäß den Studienverlaufsplänen im Anhang der Prüfungsordnungen sind pro Semester jeweils 30 CP vorgesehen mit Ausnahme der Teilzeitstudiengänge „Controlling und Management“ und „Innovations- und Informationsmanagement“, in denen der Workload zwischen 20 – 25 CP pro Semester schwankt und dem weiterbildenden Masterstudiengang „CSR & NGO-Management“, der in der Teilzeitvariante zwischen 14 und 21 CP pro Semester aufweist.

Pro CP sind in den Teilzeitstudiengängen „Controlling und Management“ und „Innovations- und Informationsmanagement“ jeweils 25 Zeitstunden angesetzt (gemäß § 4 der jeweiligen Prüfungsordnung). In den übrigen Studiengängen sind pro CP 30 Zeitstunden angesetzt (siehe § 4 der jeweiligen Prüfungsordnung).

Gemäß den Studienverlaufsplänen im Anhang der Prüfungsordnungen ist der Umfang der Abschlussarbeiten wie folgt definiert: die Bachelorarbeit in den Bachelorstudiengängen 12 CP, die Masterarbeit in den Studiengängen „Controlling und Management“, „Innovations- und Informationsmanagement“ sowie „Marketing“ 18 CP, im Studiengang „CSR & NGO-Management“ 20 CP und im Masterstudiengang „Wirtschaftspsychologie“ 30 CP.

Entscheidungsvorschlag

Das Kriterium ist erfüllt.

I.7 Anerkennung und Anrechnung (Art. 2 Abs. 2 StAkkrStV)

Sachstand/Bewertung

Ein Verfahren zur Anerkennung von extern erbrachten Studien- und Prüfungsleistungen und weiteren Kenntnissen ist in § 8 der jeweiligen Prüfungsordnungen geregelt

Entscheidungsvorschlag

Das Kriterium ist erfüllt.

II. Gutachten: Erfüllung der fachlich-inhaltlichen Kriterien

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

II.1 Schwerpunkte der Bewertung / Fokus der Qualitätsentwicklung

Die Gutachtergruppe hat einen positiven Eindruck der Studiengänge des Fachbereichs Wirtschaftswissenschaften gewonnen. Es handelt sich insgesamt um etablierte Programme, die auf die Bedarfe der regionalen Wirtschaft ausgerichtet sind. Der Austausch mit den Unternehmen wird am Fachbereich rege betrieben und führt dazu, dass Impulse aus der Wirtschaft regelmäßig in die Studiengänge einfließen.

Die Betreuung der Studierenden ist umfangreich und eng, was zu einem lebhaften und offenen Austausch zwischen Lehrenden und Studierenden führt. Dies zeigt sich auch daran, dass sich Studierende mit ihren Anliegen und ihrem Feedback zu Lehre und Studium gehört fühlen und Rückmeldungen vom Fachbereich ernst genommen werden. Das QM-System mit seinen formalen und informellen Mechanismen ist umfassend und zielführend. Hervorzuheben wären z.B. die Semestergespräche der Verantwortlichen mit Fachschaftsvertreter/innen.

Die personelle Ausstattung am Fachbereich ist sehr gut. Die vor kurzem eingeleitete Entfristung aller Professor/innen-Stellen sowie weiterer wissenschaftlicher Stellen ist äußerst begrüßenswert.

II.2 Qualifikationsziele und Abschlussniveau (§ 11 MRVO)

Studiengangsspezifische Bewertung

Studiengänge 01 & 02 „Betriebswirtschaft“

Sachstand

Qualifikationsziel der an den beiden Standorten identischen Studiengänge ist laut Hochschule die Vermittlung von Grundkenntnissen der Betriebswirtschaft, von ausgeprägtem theoretischem Hintergrundwissen und praktischen Fähigkeiten in den Methoden der modernen Managementlehre, von analytischem Denken sowie fremdsprachlicher Kompetenz. Absolvent/inn/en sollen so befähigt werden, die Aktivitäten von Unternehmen oder betriebswirtschaftlich orientierten Organisationen auf der Basis persönlicher, sozialer, fachlicher und methodischer Kompetenzen zu unterstützen, zu gestalten oder – mit zusätzlicher praktischer Erfahrung – zu leiten.

Die Studiengänge bieten die Möglichkeit, ein Schwerpunktfach in den Bereichen Controlling, Finanzen, Marketing, Logistik, Personal, Rechnungslegung, Steuern, Gesundheitsmanagement, Unternehmensberatung, Wirtschaftsinformatik, Wirtschaftspsychologie sowie Nachhaltiges Management zu belegen. Zudem weisen die Studiengänge ein Praxissemester auf.

Neben Fachkompetenz sollen im Studiengang zudem kommunikative und Schlüsselkompetenzen gefördert werden.

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Die Profilierung des Studiengangs „Betriebswirtschaft“ (Sank Augustin und Rheinbach) hat sich seit der Erstakkreditierung nicht wesentlich verändert. Die Qualifikationsziele des generalistisch angelegten Studiengangs sind nach wie vor angemessen. Das Curriculum des Studiengangs ist so konzipiert, dass durch die Kombination der Module die Erreichung der definierten Qualifikationsziele erreicht wird. Der Studiengang weist erfreulicherweise eine Vielzahl an Schwerpunkt- und Ergänzungsfächern auf.

Die Qualifikationsziele sind transparent beschrieben. Die Gutachtergruppe regt allerdings an, die Verwendung des Begriffs der *außerfachlichen* Kompetenzen in der Beschreibung noch einmal zu überdenken und ggf. zu ersetzen.

Der Studiengang wendet sich primär an Studierende, die nach ihrem Abschluss eine Tätigkeit in der Wirtschaft anstreben und denen die für die Berufspraxis notwendigen Fähigkeiten (fachlich, methodisch, sozial und individuell) vermittelt werden sollen. Ohne Zweifel werden die Studierenden auch in ihrer Persönlichkeitsentwicklung gefördert. So werden erfreulicherweise ergänzend zur wahlweisen Schwerpunktsetzung ab dem vierten Semester durchgängig Themen der Nachhaltigkeit, Digitalisierung, Internationalität sowie der persönlichen Managementkompetenz behandelt.

Die Zugangsvoraussetzungen zum Studiengang sind transparent und nachvollziehbar. Sie sind so gestaltet, dass die Studierenden die Anforderungen, die im Studienprogramm gestellt werden, grundsätzlich erfüllen können (siehe II.3.6). Dies zeigen die Workload-Erhebungen sowie auch die niedrigen Abbruchquoten.

Entscheidungsvorschlag

Das Kriterium ist erfüllt.

Studiengang 03 „Wirtschaftspsychologie“ (B.Sc.)

Sachstand

Der Studiengang vermittelt laut Hochschule das erforderliche Fachwissen und die grundlegenden Schlüsselkompetenzen für den Berufseinstieg in den Ausbildungsbereichen Wirtschaftspsychologie, Methodenlehre und Wirtschaftswissenschaften. Fundierte Kenntnisse psychischer Prozesse und psychologischer Methoden auf der einen und das Verständnis ökonomischer Ziele, Prozesse und Handlungen auf der anderen Seite sollen sich Studierende aneignen können, um eine Tätigkeit an den Nahtstellen zwischen ökonomischem Handeln und dem Erleben und Verhalten der beteiligten Personen ausüben zu können.

Nach eigenen Angaben liegen die Kernkompetenzen des Fachbereichs in den Bereichen Personal- & Organisationspsychologie sowie Finanz- & Marktpsychologie.

Die Befähigung zur eigenständigen wissenschaftlichen Arbeit sowie die Stärkung von kommunikativen Kompetenzen sollen im Studiengang ebenso gefördert werden.

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Die Qualifikationsziele des Studiengangs sowie die angestrebten Lernziele sind angemessen mit Blick auf spätere praktische Tätigkeiten an der Schnittstelle zwischen Psychologie und Wirtschaft. Der Studiengang umfasst für wirtschaftspsychologische Studiengänge und Tätigkeitsfelder passende Themen aus verschiedenen Bereichen der Psychologie und Wirtschaftswissenschaften. Im psychologischen Bereich werden Grundlagenfächer (Module „Psychologische Grundlagen“ 1 bis 3 mit Themen aus allgemeiner, differentieller, Sozial- und Entwicklungspsychologie) um anwendungsorientierte Module (insbesondere „Wirtschaftspsychologie“ 1 bis 4) verschiedener wirtschaftspsychologischer Themengebiete ergänzt. Ein solides wirtschaftswissenschaftliches Fundament wird durch die Module „Wirtschaftswissenschaften“ 1 bis 6 gewährleistet.

Während die Basismodule im Bereich Psychologie und Wirtschaftswissenschaften insbesondere Grundlagen vermitteln und damit primär zu Wissensverbreiterung, -vertiefung und -verständnis beitragen, findet in fortgeschrittenen, oft praxisorientierten Modulen in erster Linie Anwendung und Transfer statt. Zu den möglichen Prüfungsformen vieler Module gehören neben Klausuren Prüfungsleistungen wie Hausarbeiten und Referate, die neben fachlichen Inhalten auch kommunikative Kompetenzen schulen; Gruppenarbeiten im Rahmen verschiedener Module trainieren die später in der Berufspraxis besonders geforderte Fähigkeit zur Kollaboration.

Gerade die unterschiedlichen Bausteine der Methodenausbildung (Module „Methodenlehre“ 1 bis 5, teilweise auch „Wirtschaftspsychologie“ 5 begleitend zur Thesis) befähigen im Besonderen zu späterer wissenschaftlicher Arbeit.

Zur Persönlichkeitsentwicklung tragen insbesondere Veranstaltungen und Lehrmethoden bei, die auf kritisches Denken, Selbstreflexion, kommunikative Fertigkeiten und Teamarbeit abzielen. Diese Elemente sind Teil vieler Module (z. B. „Rhetorik & Präsentation“, „Intercultural Communication“, Schwerpunktfächer, Forschungswerkstatt). Auch eine Veranstaltung zu Ethik ist fester Bestandteil eines wirtschaftswissenschaftlichen Moduls. Auch ein breites Angebot an Wahlfächern dient der individuellen Profilbildung und erlaubt es den Studierenden, sich mit aktuellen und gesellschaftlich relevanten Themen zu befassen.

Qualifikations- und Lernziele sind für Studierende und Lehrende transparent über das Webseitenangebot des Studiengangs sowie weitere Dokumente (insbesondere das Modulhandbuch) einsehbar.

Entscheidungsvorschlag

Das Kriterium ist erfüllt.

Studiengang 04 „Controlling und Management“ (M.Sc.)

Sachstand

Das Ziel des berufsbegleitenden Studiengangs ist es, Studierende auf gehobene Fach- und Führungsaufgaben allgemein und insbesondere im Finanzbereich vorzubereiten und ihnen zu ermöglichen, diese auf praktische Probleme anzuwenden. Dafür werden im Studiengang die wesentlichen Instrumente des Managements und Controllings sowie die Instrumente zur Ausgestaltung von Planungs-, Steuerungs- und Kontrollprozessen in Unternehmen sowie deren Anpassungen aufgrund der gesellschaftlichen Globalisierungs-, Digitalisierungs- und Nachhaltigkeitsdebatten thematisiert.

Aufbauend auf den betriebswirtschaftlichen Kenntnissen aus dem Bachelorstudiengang soll das Curriculum die notwendigen Basisfähigkeiten wie etwa quantitative und qualitative Methoden und sukzessive Kernfähigkeiten v. a. in den Bereichen Kostenmanagement, Investitionsmanagement und Risikomanagement vermitteln.

Durch eine anwendungsorientierte, wissenschaftliche Lehre und eine Verzahnung von Theorie und Praxis sollen die Studierenden zu kompetenten, realitätsnahen und eigenständigen Manager/inne/n ausgebildet werden. Auch die Persönlichkeitsentwicklung soll im Studiengang aktiv gefördert werden.

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Der Masterstudiengang beinhaltet eine fachorientierte Ausbildung in den Bereichen Controlling und Management, indem Kompetenzen für die strategischen und operativen Entscheidungen zur Unternehmenssteuerung vermittelt werden. Um die damit verbundenen Studienziele zu erreichen, enthalten einige Module in erster Linie praxisbezogene (z.B. „Praxisprojekt CSR-Controlling“, „Fallstudien zum Controlling und Management“), andere eher theoriebezogene Inhalte. Diese dienen der Verbreiterung und Vertiefung des Wissens und der Weiterentwicklung von Kompetenzen dem Qualifikationsniveau entsprechend.

Das Studiengangskonzept orientiert sich weiterhin an dem Ziel, analytisches Wissen erfolgreich in der Praxis anzuwenden, um heutige und zukünftige Aufgaben im Controlling und Management zu bewältigen. Im Rahmen der Weiterentwicklung des Studiengangs wurden inhaltliche Aktualisierungen in den Modulen vorgenommen (siehe II.3.1). Insbesondere wurden aktuelle Herausforderungen im Controlling und Management durch die Themen Globalisierung, Nachhaltigkeit und Digitalisierung stringent in den Modulinhalten berücksichtigt.

Entsprechende Inhalte können die Persönlichkeit und die Befähigung zum gesellschaftlichen Engagement fördern.

Weiterhin werden die Studierenden frühzeitig an quantitative Methoden, wissenschaftliches Arbeiten und aktuelle Forschungen herangeführt. Somit werden eine anwendungsorientierte, wissenschaftliche Lehre und eine Verzahnung von Theorie und Praxis gewährleistet.

Kommunikative Kompetenzen können die Studierenden insbesondere durch einen gegenüber einem Bachelorstudium höheren Selbstlernanteil mit anschließender Diskussion der erarbeiteten Ergebnisse in den Veranstaltungen erlangen.

Die Qualifikationsziele und die angestrebten Lernergebnisse werden im Allgemeinen für den Studiengang in der Prüfungsordnung und im Speziellen für die einzelnen Module im Modulhandbuch beschrieben. Die Qualifikationsziele des Studiengangs haben sich laut Hochschule als grundsätzlich tragfähig erwiesen.

Für den Studiengang gilt, dass die Zugangsvoraussetzungen transparent formuliert, dokumentiert und veröffentlicht sind. Die Zugangsvoraussetzungen sind so gestaltet, dass die Studierenden die Anforderungen aus dem Studienprogramm erfüllen können. Zudem sind sie den Studienanforderungen angemessen und werden auf der Website der Hochschule, die sich an Bewerber/innen wendet, dargestellt. Diese Dokumente sind für Interessierte sowie Studierende zugänglich.

Entscheidungsvorschlag

Das Kriterium ist erfüllt.

Studiengang 05 „Innovations- und Informationsmanagement“ (M.Sc.)

Sachstand

Als Ziel des Masterstudiengangs führt die Hochschule an, die Studierenden auf gehobene Fach- und Führungsaufgaben im Umfeld der Planung und des Einsatzes von Informations- und Kommunikationstechnologien vorzubereiten. Insbesondere sollen dafür betriebswirtschaftliche und IT-rechtliche Kenntnisse vertieft und mit IT- und Innovationsmanagement-Kompetenzen zielgerichtet vernetzt werden. Studierende sollen lernen, Veränderungsprozesse in allen Unternehmensbereichen zu initiieren und zu steuern.

Zudem sollen Studierende angeleitet werden, eigenständige wissenschaftliche Forschungs- oder wahlweise auch Praxisprojekte zu bearbeiten, welche sich mit Fragen der Digitalisierung, Human Computer Interaction, Usability oder arbeits- und organisationspsychologischen Fragen beschäftigen.

Die Ausbildungsinhalte bereiten laut Hochschule auf gehobene Fach- und Führungstätigkeiten vor, wie z. B. als Chief Information Officer, Chief Digital Officer, Leiter/in Informationsmanagement, Leiter/-in IT-Servicemanagement, Leiter/-in IT-Controlling oder Projektleiter/-in für komplexe IT-Projekte.

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Der Studiengang behandelt aktuelle und relevante Themen und bedient eine steigende Nachfrage sowohl seitens der Wirtschaft wie der Bewerber/innen. Die Qualifikationsziele und die angestrebten Lernergebnisse sind transparent formuliert und sie umfassen sowohl vertiefende und verbreiternde fachliche Qualifikationen als auch Methodenkompetenz und berufsfeldbezogene Qualifikationen in angemessener Weise.

Die Studiengangsziele sind eher breit aufgestellt, wodurch sich der Studiengang von Angeboten im Bereich Data Analytics sinnvoll abgrenzt. Er kombiniert Aspekte der Betriebswirtschaftslehre mit denen der Wirtschaftsinformatik und qualifiziert dadurch für eine Reihe von Tätigkeiten – was auch an den (der Hochschule bekannten) unterschiedlichen beruflichen Tätigkeiten der Alumni/Alumnae erkennbar ist.

In seiner Konzeption vereint der Studiengang zwei Disziplinen, die grundsätzlich in ausgewogener Balance stehen; gleichzeitig spricht er eine heterogene Gruppe von Studierenden an, die mit unterschiedlichen fachlichen Hintergründen das Studium aufnehmen. Die Verantwortlichen und Studierenden berichteten von einer intensiven Beratung vor Studienaufnahme und zu Studienbeginn, um sicher zu sein, dass das Programm passend ist und um sicher zu stellen, dass die Qualifikationsziele von allen Studierenden erreicht werden können. Ggf. wird eine Zulassung nur unter Auflagen ausgesprochen (siehe II.3.1).

Sowohl in den Qualifikationszielen als auch in deren Implementierung im Curriculum sind angemessene Aspekte und Anreize berücksichtigt, die eine Persönlichkeitsentwicklung fördern.

Entscheidungsvorschlag

Das Kriterium ist erfüllt.

Studiengang 06 „Marketing“ (M.Sc.)

Sachstand

Ziel des Studiengangs ist es, den Studierenden auf der Basis einer systematischen und praxisorientierten Ausbildung ein vertieftes Verständnis für Marketingfragestellungen zu vermitteln. Durch die Einbettung aktueller Marketing-Fragestellungen von Unternehmen sollen die Studierenden ein tiefgehendes Verständnis für theoretische, betriebswirtschaftliche Zusammenhänge und deren unmittelbare und agile Umsetzung in der Praxis erlangen. Die Studierenden sollen befähigt werden, aktuelle Entwicklungen rund um den Themenkomplex Digitalisierung bzw. Einsatz neuer digitaler Technologien zu identifizieren, zu analysieren und geeignete Maßnahmen im Sinne des Marketings abzuleiten.

Eine anwendungsorientierte, wissenschaftliche Lehre und eine Verzahnung von Theorie und Praxis sollen es ermöglichen, die Studierenden zu kompetenten, realitätsnahen und eigenständigen Marketing-Manager/innen/n auszubilden. Der Studiengang wird auf Englisch unterrichtet, wobei eine Option besteht, einige ausgewählte Module auf Deutsch zu hören.

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Der Studiengang ist seit der letzten Akkreditierung bezüglich des Profils nachvollziehbar weiterentwickelt worden. Durch die Einbettung aktueller Marketing-Fragestellungen von Unternehmen erlangen die Studierenden ein tiefgehendes Verständnis für marketingbezogene Zusammenhänge und deren unmittelbare und agile Umsetzung in der unternehmerischen Praxis. Dies stärkt die fachlichen und überfachlichen Aspekte des Studiengangs. Zudem passen die Qualifikationsziele zu den übergeordneten Qualifikationszielen der Hochschule.

Das Profil entspricht einem ausgewogenen Masterstudiengang. Die Gutachtergruppe begrüßt das komplett englischsprachige Angebot im Bereich Marketing. Auch ist die umfangreiche Behandlung von aktuellen Themen der Digitalisierung positiv zu bewerten. Das Thema Nachhaltigkeit wird ebenso in einzelne Lehrveranstaltungen integriert.

Das Studienprogramm fördert die Persönlichkeitsentwicklung und die Befähigung zum gesellschaftlichen Engagement. Die Zugangsvoraussetzungen sind transparent formuliert, dokumentiert und veröffentlicht. Die Auswahl der Studierenden erfolgt aufgrund der Vorgaben der Hochschule, was in geeigneter Weise dokumentiert ist. Die aus den verschiedensten Bachelorstudiengängen kommenden Studierenden können die Anforderungen, die im Studienprogramm gestellt werden, erfüllen, da neben den Zugangsvoraussetzungen geeignete Maßnahmen ergriffen werden, um das geforderte Niveau sicherzustellen.

Entscheidungsvorschlag

Das Kriterium ist erfüllt.

Studiengang 07 „Wirtschaftspsychologie“ (M.Sc.)

Sachstand

Absolvent/inn/en des konsekutiven Masterstudiengangs sollen die notwendigen Kenntnisse, Fertigkeiten und Methoden für eine eigenverantwortliche wirtschaftspsychologische Tätigkeit durch eine wirtschaftspsychologische Grundlagen- und Methodenausbildung sowie durch die Vermittlung von einem vertieften Verständnis für ökonomische Ziele, Prozesse und Handlungen erlangen. Der Studiengang soll bei hoher Wissenschaftsorientierung besonders anwendungsorientiert sein.

Neben den Bereichen Wirtschaftspsychologie und Methoden wird zudem ein Ergänzungsfach, Umweltpsychologie oder BWL, angeboten. Die Wahlpflichtfächer sollen auf die potenziellen Berufsfelder von Wirtschaftspsycholog/inn/en abgestimmt sein, darunter Arbeits-, Personal-/Organisations-, Markt-/Werbe- und Finanzpsychologie.

Darüber hinaus sollen überfachliche Kenntnisse, wie z. B. Sozial-, Methoden- und Problemlösungskompetenzen, vermittelt werden.

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Auch beim Masterstudiengang „Wirtschaftspsychologie“ handelt es sich um einen soliden und gut konzipierten wirtschaftspsychologischen Studiengang, dessen Qualifikationsziele und angestrebte Lernergebnisse hervorragend auf die Anforderungen wirtschaftspsychologischer Tätigkeiten in Wissenschaft und Praxis abgestimmt sind. Ziele und Lernergebnisse werden Studieninteressierten und Studierenden über Modulhandbuch und weitere Informationsmaterialien insbesondere auf den Studiengangwebseiten transparent gemacht. Das Studiengangskonzept knüpft durch die Zusammenstellung der Inhalte, Lehr- und Prüfungsformen sehr gut an die Kenntnisse aus einem Bachelorstudium an und führt diese auf Masterniveau fort. Die Modulbeschreibungen lassen durchweg Masterniveau erkennen.

Im Bereich Wissen und Verstehen liegt der Fokus eher in den Bereichen der Wissensvertiefung und des Verständnisses, was gerade für Studienprogramme auf Masterniveau angemessen erscheint. Die starke Projektorientierung innerhalb zahlreicher Module sowie insbesondere im Rahmen des eigenständigen Moduls zur Projektarbeit eignet sich in besonderer Weise, um wissenschaftliche und praxisorientierte Kompetenzen zu vermitteln und dabei gleichzeitig kommunikative Fertigkeiten sowie die Persönlichkeitsentwicklung der Studierenden und Zusammenarbeit in Teams zu fördern. Die vertiefende Methodenausbildung stellt eine zentrale Säule einer wirtschaftspsychologischen Masterausbildung dar und vertieft die Kenntnisse im wissenschaftlichen Arbeiten. Sie bildet damit eine geeignete Grundlage für Studierende, die im Anschluss verstärkt wissenschaftlich arbeiten möchten.

Vielfältige Wahlmöglichkeiten im Bereich der psychologischen und wirtschaftswissenschaftlichen Anwendungsfächer (Module 1 und 2 zu Arbeitspsychologie, Personal- und Organisationspsychologie, Markt- und Werbepsychologie, Finanzpsychologie) ermöglichen eine individuelle Profilbildung, die in Verbindung mit dem jeweiligen Erststudium der Studierenden auf vielfältige Tätigkeitsfelder an der Schnittstelle zwischen Psychologie und Wirtschaft abgestimmt werden kann. Gerade für Studierende mit einem hohen Anteil an wirtschaftswissenschaftlichen Fächern im Erststudium bietet sich die Möglichkeit, im Masterstudium verstärkt psychologische Fächer zu belegen.

Entscheidungsvorschlag

Das Kriterium ist erfüllt.

Studiengang 08 „CSR & NGO-Management“ (MBA)

Sachstand

Der weiterbildende Masterstudiengang bietet gemäß Angaben im Selbstbericht eine wissenschaftlich fundierte und praxisnahe Managementausbildung mit dem Fokus auf Non-Governmental Organisations (NGOs) und Unternehmen bzw. Unternehmensfunktionen im Bereich Corporate Social Responsibility (CSR). Absolvent/inn/en sollen befähigt werden, klassische Managementkomponenten mit CSR- und NGO-spezifischen Aspekten der Nachhaltigkeit und der gesellschaftlichen Verantwortung zu verbinden. Dafür kombiniert der Studiengang laut Hochschule wissenschaftliches und praxisorientiertes Fachwissen über Konzepte, Methoden und Techniken des General Managements und setzt einen Fokus auf strategische und funktional-operative Fragestellungen in NGOs und im CSR-Arbeitsfeld in privatwirtschaftlichen Unternehmen.

Die Studierenden sollen befähigt werden, strategische Konzepte nachhaltigen Handelns für Unternehmen zu entwickeln und diese übergreifend in den unterschiedlichen Unternehmensbereichen, z. B. im Marketing und der Logistik, zu implementieren. Neben dem Erwerb dieser Kernkompetenzen haben die Studierenden die Möglichkeit, sich fachlich in den Wahlpflichtfächern zu spezialisieren.

Der englischsprachige Studiengang richtet sich an berufserfahrene Fachkräfte, die ihre Befähigung zur strategischen und operativen Steuerung von Organisationen oder Organisationseinheiten stärken wollen, vor allem für weiterführende berufliche Ziele auf leitender Ebene im Management von NGOs oder im CSR-Bereich privatwirtschaftlicher Unternehmen. Die Erfahrungen der Hochschule haben gezeigt, dass der Studiengang vor allem von Bewerber/innen aus Entwicklungsländern nachgefragt wird.

Der Studiengang ist von der Hochschule so angelegt, dass er sich an eine heterogene und internationale Gruppe von Studierenden richtet, die aus unterschiedlichen Erfahrungswelten kommen. Die Erfahrungen und Expertise der Studierenden sollen aktiv in den Lernprozess eingebunden werden, was einen kommunikations- und kooperationsfördernden Prozess unterstützen soll.

Der Studiengang wird in einer Vollzeit- als auch einer Teilzeitvariante angeboten.

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Der MBA-Studiengang vermittelt vertiefte wissenschaftliche und praxisorientierte Erkenntnisse über Konzepte, Methoden und Techniken des General Managements mit einem Fokus auf strategische und funktional-operative Fragestellungen im Corporate Social Responsibility Bereich der Privatwirtschaft und in Nichtregierungsorganisationen. Die Qualifikationsziele sind transparent ausgewiesen und haben sich seit der Einführung des Programms bewährt.

Das MBA-Programm richtet sich gezielt an internationale Studierende mit Berufserfahrung, die ihre Managementfähigkeiten weiterentwickeln möchten. Der Studiengang ist somit durch seine internationale Ausrichtung geprägt, die sich in den Lehrinhalten, der Unterrichtssprache und der Herkunft der Studierenden spiegelt. Die Lehrinhalte sind konsequent auf die Spezialisierung ausgerichtet. Zudem greift das Studienkonzept – wo sinnvoll – auf die beruflichen Erfahrungen der Studierenden zurück.

Ein solch international aufgestellter Studiengang, der sich explizit an internationale Studierende richtet, weist einen umfangreichen Beratungsbedarf auf, den die Hochschule vorbildlich und engagiert deckt. Die Studierenden haben die umfassende und engmaschige Betreuung durch alle, die an der Durchführung des Programms beteiligt sind, besonders gelobt.

Der weiterbildende Masterstudiengang erfüllt die Anforderungen eines konsekutiven Studiengangs.

Entscheidungsvorschlag

Das Kriterium ist erfüllt.

II.3 Schlüssiges Studiengangskonzept und adäquate Umsetzung (§ 12 MRVO)

II.3.1 Curriculum (§ 12 Abs. 1 Sätze 1 bis 3 und 5 MRVO)

Studiengangsspezifische Bewertung

Studiengänge 01 & 02 „Betriebswirtschaft“

Sachstand

Das Curriculum der Studiengänge folgt einem dreigeteilten Aufbau, von einer eher fachlich-methodisch geprägten generalistischen Ausbildung (Semester 1-3) über eine verstärkte Profilbildung im Rahmen von Schwerpunktsetzungen (Semester 4 und 5) hin zu einer individuellen Ausrichtung des Studiums orientiert an persönlichen Entwicklungszielen (Semester 6 und 7). Das sechste Semester umfasst ein Praxis- bzw. Auslandssemester.

In den ersten Semestern erlernen die Studierenden laut Angaben im Selbstbericht mathematisch-statistische Grundlagen, Grundlagen der Logistik, des Personalwesens, des Marketings, des internen und externen Rechnungswesens, der Finanzwirtschaft, der Mikroökonomie sowie der Volkswirtschaftslehre, aber auch des BGB-Rechts und Arbeitsrechts, der Wirtschaftsinformatik, Steuern sowie der Entwicklung betrieblicher Anwendungssysteme. Auch liegt im zweiten Semester ein Modul zu „Wirtschaftsfremdsprache“ vor.

Die zwei Schwerpunktmodule im vierten und fünften Semester umfassen jeweils 18 CP. Zudem ist ein Planspiel vorgesehen. Im siebten Semester sind neben der Bachelorarbeit ein Wahlmodul und ein Ergänzungsfach vorgesehen.

Die Lehr- und Lernformen sollen sich überwiegend durch kleine Gruppengrößen und einen seminaristischen Unterricht auszeichnen. Dabei werden die Studierenden laut Hochschule aktiv über Diskussionen, eigene Referate und Präsentationen sowie selbstorganisierten Projekte eingebunden.

Änderungen am Curriculum gegenüber der letzten Akkreditierung betreffen Modulverschiebungen, den Ausbau von volkswirtschaftlichen Anteilen und die Einführung neuer Wahlmodule.

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Das Curriculum des Studiengangs „Betriebswirtschaft“ (Sankt Augustin und Rheinbach) wurde behutsam weiterentwickelt. Das Programm zeigt sich als solider, inhaltlich breit aufgestellter Bachelorstudiengang, der den Anforderungen entspricht, die im „Qualifikationsrahmen für deutsche Hochschulabschlüsse“ für das Bachelor-niveau definiert werden. Die Erreichung der Qualifikationsziele wird durch den dreiteiligen Aufbau des Curriculums sichergestellt.

Die curricularen Änderungen der Studiengänge sind für die Gutachtergruppe nachvollziehbar und plausibel. Durch die vorgesehenen Module werden Fachwissen und fachübergreifendes Wissen sowie fachliche, methodische und allgemeine bzw. Schlüsselkompetenzen vermittelt. Der mit dem Studiengang vergebene Abschlussgrad und die Abschlussbezeichnung passt zu den definierten Qualifikationszielen und dem Curriculum des Studiengangs.

Die Gutachtergruppe ist sich mit den Hochschulvertreter/inne/n darin einig, dass es sich beim Studiengang „Betriebswirtschaft“ gerade im ersten Semester mit neun verschiedenen Lehreinheiten um einen von den

Studierenden im Blick auf die Workload als anspruchsvoll wahrgenommenen Studiengang handelt. Die Gutachtergruppe begrüßt und bestärkt daher die Hochschule darin, auch weiterhin den Dialog mit den Studierenden zu Fragen der Studierbarkeit vor allem im ersten Semester zu suchen. Ferner unterstützt die Gutachtergruppe die Absicht der Hochschulvertreter/innen, die Abgrenzung von Ergänzungs- und Vertiefungsfächern und das Verfahren zur Belegung der Fächer transparenter zu gestalten (siehe auch II.3.6).

Im Studiengang werden durchgehend adäquate Lehr- und Lernformen eingesetzt. Durch die Wahl der Schwerpunktfächer, das Mobilitätsfenster sowie die Wahl von Ergänzungsfächern und Vertiefungsfach als auch durch die Praxisprojekte eröffnen sich im Studiengang Freiräume für ein selbstgestaltetes Studium. Die Module sind im Modulhandbuch vollständig beschrieben.

Entscheidungsvorschlag

Das Kriterium ist erfüllt.

Studiengang 03 „Wirtschaftspsychologie“ (B.Sc.)

Sachstand

In den ersten Semestern des Studiengangs werden die inhaltlichen Grundlagen in den Bereichen Wirtschaftswissenschaften, Methodenlehre und Psychologie gelegt. Im wirtschaftspsychologischen Bereich werden laut Hochschule die Grundlagen der Psychologie im dritten Semester auf die Praxis übertragen und um die wirtschaftspsychologischen Inhalte erweitert. Im siebten Semester im Fach „Vertiefung Psychologie“ werden diese Inhalte unter Bezugnahme auf die erlernten Anwendungsfächer noch einmal aufgegriffen und ausgebaut.

Im vierten und fünften Semester wählen die Studierenden zwei Schwerpunktfächer – eines aus dem wirtschaftspsychologischen und eines aus dem wirtschaftswissenschaftlichen Bereich. Auch in den Vertiefungsfächern stehen den Studierenden mehrere Möglichkeiten zur Wahl, aus denen sie zwei wählen müssen. Im sechsten Semester ist ein Praxissemester eingebunden, in dem die Studierenden die erworbenen Kompetenzen in der Praxis anwenden und erweitern sollen.

Die Hochschule hat das Curriculum seit der letzten Akkreditierung modifiziert, um den europäischen Kriterien des „European Certificate in Psychology“ näher zu entsprechen: so wurde das weitere Grundlagenfach „Entwicklungspsychologie“ im ersten Semester aufgenommen und Inhalte der Differentiellen Psychologie ausgebaut und mit mehr CP kreditiert. Zudem kam es laut Hochschule zu einer Ausweitung der methodischen Fächer sowie der Bereiche Rechnungswesen und Finanzmanagement, einer daraus resultierenden Reduktion an anderer Stelle und einer Verschiebung von einigen wenigen Modulen.

Die Hochschule beschreibt die Vermittlung der Inhalte anhand eines seminaristischen Lernkonzeptes, bei dem eine diskursive, konstruktive Erarbeitung der Lehrinhalte erfolgen soll. Dabei soll auf eine Vielfalt von didaktischen Elementen zurückgegriffen werden.

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Durch die Balance aus psychologischen, methodenorientierten und wirtschaftswissenschaftlichen Modulen wird das Curriculum der Studiengangbezeichnung *Wirtschaftspsychologie* durchweg gerecht. Zu dem Selbstverständnis der Psychologie entsprechenden empirischen Ausrichtung des Studiengangs passt der Abschlussgrad „Bachelor of Science“. Die Überarbeitung des Curriculums zur Erfüllung der anspruchsvollen Kriterien des „European Certificate in Psychology“ sowie die damit einhergehende Anerkennung als wirtschaftspsychologischer Studiengang durch den Berufsverband Deutscher Psychologen (BDP) unterstreicht in besonderer Weise die Qualität und Ausrichtung des Studiengangs.

Das Curriculum baut auf Kenntnisse, die üblicherweise im Rahmen der Hochschulzugangsberechtigung erworben werden, auf. Die angebotenen Brückenkurse im Bereich der Mathematik stellen ein geeignetes Instrument dar, um die unterschiedlichen Vorkenntnisse gerade in diesem für Wirtschaftswissenschaften und Psychologie wesentlichen Bereich anzugleichen.

Die ersten Semester dienen der Vermittlung fachlicher Grundlagen aus Psychologie und Wirtschaftswissenschaften sowie einer Einführung in empirische Forschungsmethoden (Statistik, empirische Erhebungsmethoden, Diagnostik), die in psychologisch orientierten Studiengängen einen hohen Stellenwert einnehmen. Die Kenntnisse aus den Grundlagenmodulen (z. B. im Bereich der Psychologie: „Grundlagen der Psychologie“ 1 bis 3) führen in psychologisch-wissenschaftliches Denken ein und bilden die Basis für die sich anschließenden eher anwendungsorientierten Module („Wirtschaftspsychologie“ 1 bis 5). Analog werden auch im Bereich der Wirtschaftswissenschaften zunächst gängige Einführungsthemen wie Grundlagen von BWL und Marketing vermittelt, die eine Basis für spätere vertiefende wirtschaftswissenschaftliche Themen (z. B. Rechnungswesen) sowie Wahlfächer in höheren Semestern schaffen.

Der dreiteilige Aufbau des Curriculums (fachlich-methodische Ausbildung zu Beginn, verstärkte Profilbildung durch Schwerpunktfächer, individuelle Ausrichtung nach persönlichen Entwicklungszielen insbesondere in den letzten beiden Semestern durch Ergänzungs- und Vertiefungsfächer, Praxissemester und Thesis) ermöglicht eine gute Balance aus gemeinsamer Wissensbasis für alle Studierenden und Freiräumen für eine individuelle Ausrichtung des Studiums sowie zwischen Grundlagen und Anwendung.

Im Modulhandbuch sind umfassend angestrebte Lernergebnisse hinterlegt, die auf die Qualifizierungsziele des Studiengangs abgestimmt sind. Bei Modulen aus höheren Semestern sind inhaltliche Teilnahmevoraussetzungen hinterlegt, so dass für die Studierenden transparent wird, welche Vorkenntnisse aus anderen Modulen erforderlich sind. Durchweg bauen Module innerhalb der Säulen Psychologie, Wirtschaftswissenschaften und Methodenlehre sinnvoll aufeinander auf.

Bereits die Modulbeschreibungen lassen den Einsatz vielfältiger Lehr- und Lernformen und umfangreicher Praxisanteile erkennen. Dieser Eindruck konnte im Gespräch mit Lehrenden und Studierenden im Rahmen der Begehung bestätigt werden. Zwar weist das Curriculum kein eigenständiges Praxisprojektmodul auf, allerdings werden gerade in den psychologischen Schwerpunktmodulen (Markt-, Werbe-, Finanzpsychologie, Personalpsychologie, Arbeits- & Organisationspsychologie) regelmäßig und mit hohem Stellenwert praktische Fragestellungen bearbeitet, die typisch für wirtschaftspsychologische Tätigkeiten in Unternehmen und Instituten sind. Neben Vorlesungsformaten, die sich besonders für die Grundlagenvermittlung in den ersten Semestern eignen, erlangen im Verlauf des Studiums auch andere Lehr- und Lernformen wie seminaristischer Unterricht, Gruppendiskussionen, Präsentationen oder Fallstudien an Bedeutung und sind gut auf die jeweiligen angestrebten Lernergebnisse abgestimmt. Gerade durch solche Formate können Studierende aktiv in den Lernprozess eingebunden werden.

Entscheidungsvorschlag

Das Kriterium ist erfüllt.

Studiengang 04 „Controlling und Management“ (M.Sc.)

Sachstand

Die Studierenden des Studiengangs müssen gemäß Angaben der Hochschule ein Studium mit ausreichenden betriebswirtschaftlichen Kenntnissen insbesondere im internen und externen Rechnungswesen, der Finanzwirtschaft, der Steuerlehre und des Controllings nachweisen, auf das das Curriculum aufbaut.

Im Studiengang sind 16 Pflichtmodule zu absolvieren: im ersten Semester stehen Schlüsselqualifikationen wie Kommunikation in englischer Sprache, Statistik, Organisationsmanagement, Recht und Management komplexer Projekte auf dem Lehrplan. Im zweiten Semester werden die quantitativen Methoden zur Planung und Entscheidung in Unternehmen weiter vertieft. Neben „Personalmanagement“ werden zudem „Kostenmanagement“ und „Globalisierung im Rechnungswesen und Controlling I“ angeboten.

Das dritte Semester stellt hierauf aufbauend „Globalisierung im Rechnungswesen und Controlling II“ in den Vordergrund, vertieft Managementmethoden im Controlling-Kontext („Fallstudien zum Controlling und Management“ sowie „Investitionscontrolling“ und „Risikomanagement“) und behandelt globale Fragestellungen und Aspekte der nachhaltigen Unternehmenssteuerung („Praxisprojekt CSR-Controlling“). Im vierten Semester wird das Studium mit der Masterarbeit und dem Kolloquium abgeschlossen.

Weiterentwicklungen im Curriculum betreffen laut Hochschule hauptsächlich neue inhaltliche Zuschnitte einzelner Module.

Die Lehre soll projektorientiert in kleinen Gruppen durchgeführt werden, wodurch Teamfähigkeit wie auch die Fähigkeit des selbstständigen Arbeitens gefördert werden sollen.

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Das Curriculum zeichnet sich durch eine Vermittlung vertiefter und verbreitender betriebswirtschaftlicher Kenntnisse für Fach- und Führungsaufgaben allgemein und insbesondere im Finanzbereich aus. Das Curriculum entspricht den Anforderungen des „Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse“ für das Masterniveau.

Nach einer Überarbeitung des Modulhandbuchs ist das Masterniveau in allen Veranstaltungen erkennbar. Die Fachvertreter/innen hatten auf Nachfrage im Rahmen der Begehung erläutert, dass zur Angleichung der Kenntnisse der Studierenden Grundlagen kurz wiederholt und dann mit Bezug auf weiterführende Fragestellungen vertieft werden, was für die Gutachtergruppe nachvollziehbar ist. Das hieraus resultierende Masterniveau des Moduls ist nun transparent dargestellt.

Um Führungsaufgaben zu übernehmen, wie von der Hochschule als Qualifikationsziel für Absolvent/inn/en beschrieben, werden neben einem fundierten betriebswirtschaftlichen Wissen fachübergreifende Kenntnisse in sämtlichen betriebswirtschaftlichen Aspekten sowie Führungs- und Problemlösungskompetenz benötigt. Im Curriculum ist bezüglich der Führungs- und Problemlösungskompetenz das Modul „Management komplexer Projekte“ vorgesehen. Die Studiengangleitung und die Fachvertreter/innen haben im Rahmen der Begehung erläutert, dass in weiteren Modulen entsprechende Fähigkeiten trainiert werden. Die Gutachtergruppe empfiehlt, dass der damit um die Vermittlung von Führungskompetenz erweiterte Inhalt der Module im Modulhandbuch ausgewiesen wird oder die Zielsetzung entsprechend angepasst wird.

Die vorgesehenen Lehr- und Lernformen sowie Praxisbestandteile sind für den Studiengang vielfältig und somit adäquat. Ebenso ist sichergestellt, dass die Prüfungsformen zu den zu vermittelnden Kompetenzen passen. Die vorherrschende Prüfungsform ist die Klausur (siehe II.3.5).

Für den Studiengang gilt, dass die Module vollständig im Modulhandbuch dokumentiert sind.

Entscheidungsvorschlag

Das Kriterium ist erfüllt.

Das Gutachtergremium gibt folgende Empfehlung:

Die Gutachtergruppe empfiehlt, die Modulbeschreibungen im Hinblick auf die Vermittlung von Führungskompetenzen noch einmal zu prüfen und ggf. zu ergänzen.

Studiengang 05 „Innovations- und Informationsmanagement“ (M.Sc.)

Sachstand

Im Curriculum sind zwölf Pflichtmodule sowie die Masterarbeit und das Kolloquium zu belegen. Aufbauend auf erforderlichen betriebswirtschaftlichen Kenntnissen sowie Kenntnissen der Wirtschaftsinformatik sollen notwendige Basisfähigkeiten (wie z. B. Quantitative und Qualitative Methoden) vermittelt und sukzessive Kernfähigkeiten (Innovations- und Informationsmanagement) gefördert werden.

Im ersten Semester stehen Inhalte zu Statistik, Organisations- und Personalentwicklung und IT-Recht sowie das von der Hochschule als Kernthema beschriebene „Innovationsmanagement“ auf dem Lehrplan. Im zweiten Semester werden die quantitativen Methoden fortgesetzt und in Case-Studies vertieft. Darauf aufbauend ist im dritten Semester ein Praxis- oder Forschungsprojekte angesetzt sowie Module zu vertiefenden Managementmethoden im IT-Kontext (IT-Controlling, KI-Management) und globalen Fragestellungen (Digitale Märkte). Im vierten Semester wird das Studium mit der Masterthesis und dem Kolloquium abgeschlossen.

Im Studiengang können im dritten Semester im Modul „Praxis des Informationsmanagements“ wahlweise komplementäre Lehrveranstaltungen an der Universität Siegen besucht werden. Dafür liegt ein Kooperationsvertrag zwischen den Hochschulen vor.

Curriculare Änderungen werden von der Hochschule angezeigt, darunter den Wegfall von Modulen und die Einführung bzw. Nejustierung von Modulen, wie „Organisations- und Personalführung“, „Case Studies Data Analytics“ und „Künstliche Intelligenz“.

Die Lehr- und Lernformen zeichnen sich gemäß Angaben im Selbstbericht durch kleine Gruppengrößen und einen seminaristischen Unterricht aus.

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Das Curriculum ist in seiner Balance aus Lehrinhalten der BWL und der Wirtschaftsinformatik so gestaltet, dass die Qualifikationsziele erreicht werden können. Dabei nutzt die Hochschule sinnvollerweise häufig das Instrument der Zulassung unter Auflagen, um sicherzustellen, dass die fachlich heterogenen Studierenden alle die Qualifikationsziele erreichen können. Studiengangsbezeichnung, Abschlussgrad und die Abschlussbezeichnung passen zu den Qualifikationszielen.

Die methodische Ausbildung erfolgt in einzelnen Modulen, z. B. „Schließende Statistik und Multivariate Methoden“, und berücksichtigt die Anwendung von aktueller Software. In Vorbereitung auf die Anfertigung der Masterarbeit wird das wissenschaftliche Arbeiten in den fachlichen Modulen trainiert, z. B. durch den Einsatz von Hausarbeiten und Fallstudien als Prüfungsformen.

Um für die Übernahme von Führungsaufgaben zu qualifizieren, enthält das Curriculum entsprechende Module („Organisations- und Personalentwicklung“) sowie Lehr- und Lernmethoden, wie Gruppen und Projektarbeiten, die die Studierenden aktiv in den Lernprozess einbinden und Kommunikations- und Präsentationskompetenzen fördern. Die kleinen Kohortengrößen sind in diesem Sinne vorteilhaft.

Im dritten Semester ist ein Wahlbereich vorgesehen, der den Studierenden ausreichend Freiraum für die individuelle Gestaltung und Schwerpunktsetzung im Studiengang bietet.

Das Teilzeitmodell funktioniert sehr gut und ermöglicht den Studierenden eine frühe berufliche Vernetzung und Orientierung. Es stellt ein Alleinstellungsmerkmal des Studiengangs dar, an dem die Hochschule nachvollziehbar festhalten will.

Die Module sind im Modulhandbuch ausführlich und vollständig beschrieben. Die Lehrinhalte speziell zum Innovationsmanagement könnten allerdings transparenter herausgearbeitet werden.

Entscheidungsvorschlag

Das Kriterium ist erfüllt.

Das Gutachtergremium gibt folgende Empfehlung:

Die Lehrinhalte speziell zum Innovationsmanagement könnten transparenter in den Modulbeschreibungen herausgearbeitet werden.

Studiengang 06 „Marketing“ (M.Sc.)

Sachstand

Die acht Pflichtmodule umfassen „Marketing Process & Strategy“, „Transformation and Digitalization“, „Product & Sales“, „Promotion & Pricing“, „Market Research & Data Management“, „Marketing Implementation“, „Business Communication & Negotiation“ sowie die Masterarbeit.

Die Module „Product & Sales“ und „Promotion & Pricing“ können auch auf Deutsch belegt werden; sonst werden alle Module auf Englisch unterrichtet.

Damit die Mobilität erleichtert wird, plant die Hochschule, im Rahmen der Weiterentwicklung die Anzahl semesterübergreifender Module zu reduzieren.

Als Lehrformen sollen Vorlesungen, Übungen, Projektarbeiten, Präsentationen, Case Studies, Virtual-Classroom-Konzepte und Exkursionen eingesetzt werden.

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Die Qualifikationsziele des Masterstudiengangs können über das plausibel gestaltete Curriculum gut erreicht werden. Der mit dem Abschlussgrad zum Ausdruck gebrachte Fokus auf die Vermittlung methodischer Kompetenzen ist nachvollziehbar. Für den Masterstudiengang sind adäquate Lehr- und Lernformen vorgesehen. Für jedes Modul ist i. d. R. eine Modulprüfung angesetzt, wobei die Prüfungsformen grundsätzlich zu den zu vermittelnden Kompetenzen passen.

Auf Basis der Erfahrungen der ersten beiden Jahrgänge wurde das Curriculum aktualisiert. So wurde das Modul „Negotiation“ inhaltlich um die Thematik „Business Communication“ erweitert. Zudem wurden die beiden Module „Business Communication & Negotiation“ (ehem. „Negotiation“) und „Promotion & Pricing“ nicht mehr semesterübergreifend angeboten, sondern finden durchgängig im zweiten bzw. dritten Semester statt. Die Gutachtergruppe begrüßt, dass diese Änderungen im Curriculum die Option des Mobilitätsfensters im dritten Semesters erleichtern. Einige wenige Module sind allerdings nach wie vor über zwei Semester konzipiert. In diesen Modulen werden Teile der Modulprüfung im ersten Semester geleistet, um gezielt bestimmte Kompetenzen zu prüfen (siehe II.3.6).

Das Curriculum entspricht den Anforderungen, die im „Qualifikationsrahmen für deutsche Hochschulabschlüsse“ für das Masterniveau definiert werden.

Entscheidungsvorschlag

Das Kriterium ist erfüllt.

Studiengang 07 „Wirtschaftspsychologie“ (M.Sc.)

Sachstand

Das Curriculum gliedert sich in sechs Pflichtmodule aus dem Methodenbereich, zwei Wahlpflichtfächer aus der Wirtschaftspsychologie und einem Ergänzungsfach (Umweltpsychologie oder BWL). Im dritten Semester ist die Masterarbeit vorgesehen.

Bei den Wahlpflichtfächern der Wirtschaftspsychologie stehen Arbeits-, Personal-/Organisations-, Markt-/Werbe- und Finanzpsychologie zur Auswahl.

Die Aufteilung der Wahlpflichtfächer und die Abspaltung der Ergänzungsfächer sind Weiterentwicklungen seit der letzten Akkreditierung. Änderungen am Curriculum sind zudem geplant, um eine Anerkennung des Bundes deutscher Psycholog/inn/en zu erlangen, darunter die Stärkung des Diagnostik-Anteils innerhalb der Methodenlehre.

Die Hochschule beschreibt den Studiengang als projektorientiert; Studierende führen in den Veranstaltungen unter Anleitung der Dozierenden und ggf. in Kooperation mit einem Unternehmen Projekte durch – von der Konzeption über die Durchführung bis hin zur Auswertung. Dadurch sollen die Fähigkeiten zur Nutzung und zum Transfer von Wissen gestärkt werden.

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Auch beim Masterstudiengang Wirtschaftspsychologie spiegeln Studiengangsname und Abschlussgrad („Master of Science“) die curricularen Inhalte sehr gut wider. So weist das Curriculum neben psychologischen Inhalten in angemessenem Umfang auch wirtschaftswissenschaftliche und methodische Themen auf. Gerade viele der Wirtschaftspsychologie zugeordnete Module (Arbeitspsychologie, Personal- und Organisationspsychologie, Markt- und Werbepsychologie, Finanzpsychologie, Umweltpsychologie) zeigen bereits eine interdisziplinäre Ausrichtung, die neben einer psychologischen auch eine wirtschaftswissenschaftliche Perspektive vermittelt. Diese interdisziplinären Ansätze gehen aus den Modulbeschreibungen hervor und konnten im Gespräch mit Studierenden und Lehrenden bestätigt werden. Der enge Austausch mit dem Berufsverband Deutscher Psychologen (BDP) mit dem Ziel einer Anerkennung als wirtschaftspsychologischer Studiengang durch den Verband sowie die damit einhergehenden curricularen Anpassungen dokumentieren wie beim Bachelorstudiengang die Einschlägigkeit und Passung des Curriculums zu wirtschaftspsychologischen Berufsbildern.

Eine generelle Herausforderung bei Masterstudiengängen ist der Umgang mit unterschiedlichem Kenntnisstand der Studierenden auf Basis ihres Erststudiums. Die Hochschule hat hierfür eine Reihe von Eingangsvoraussetzungen definiert (eine bestimmte Art des Erststudiums mit Mindest-CP-Zahl insbesondere für wirtschaftspsychologische, methodische, grundlagenpsychologische und wirtschaftswissenschaftliche Themen). Gerade die hohen Anforderungen im Bereich der Methodenlehre erleichtern den Einstieg in das anspruchsvolle Angebot im Bereich der Forschungsmethoden. Auch insgesamt bilden diese Eingangsvoraussetzungen eine gute Basis sowohl für Studierende der eigenen Hochschule, die nach dem Bachelorabschluss in das Masterprogramm wechseln, als auch für externe Studierende aus verwandten Studiengängen. Auch in den Gesprächen mit den Studierenden konnten keinerlei Probleme bezüglich des Übergangs von Bachelor- zu Masterstudiengang festgestellt werden. Die Wahlmöglichkeiten im Bereich von Wirtschaftspsychologie und Wirtschaftswissenschaften erlauben den Studierenden zusätzlich, Themen zu wählen, die gut zu ihren zuvor erworbenen Kenntnissen passen und diese sinnvoll ergänzen. Die Studierenden erhalten dadurch umfassende Möglichkeiten der individuellen Ausgestaltung ihres Studiums.

Der dreisemestrige Studiengang vermittelt in den ersten beiden Semestern die zentralen Inhalte zu Methoden, Wirtschaftspsychologie und Wirtschaftswissenschaften, so dass im letzten Semester lediglich die Masterthesis in Verbindung mit einem Begleitseminar folgen. Bei den Methodenmodulen handelt es sich um Pflichtmodule,

was dem stark empirischen Anspruch der Psychologie als Wissenschaft gerecht wird. Bei den weiteren Modulen können die Studierenden aus verschiedenen Anwendungsbereichen der Psychologie wählen. Die Module weisen untereinander wenig Abhängigkeiten auf, was eine eher freie Zusammenstellung von Wahlmodulen aus unterschiedlichen Bereichen, abgestimmt auf Interessen und Vorkenntnisse der Studierenden, ermöglicht.

Die Hochschule beschreibt den Studiengang als stark projektorientiert, was in den Gesprächen im Rahmen der Begehung bestätigt werden konnte. Neben einem exklusiv als Projektarbeit konzipierten Modul enthalten viele Module insbesondere aus dem Wahlpflicht-, aber auch aus dem Methodenbereich (z. B. Forschungsmethoden) projekt- und praxisorientierte Elemente. Damit dominieren als Lehr- und Lernformen seminaristischer Unterricht mit Kleingruppenarbeiten, Präsentationen und Hausarbeiten, was eine vertiefende und eigenständige Auseinandersetzung mit den einzelnen Themen ermöglicht, wie es für einen Masterstudiengang angemessen erscheint. Auch von Studierendenseite wird die stark projekt- und praxisorientierte Ausrichtung mit den damit einhergehenden Lehr- und Lernformen besonders positiv bewertet.

Insgesamt sind curricularer Aufbau, Inhalte sowie Lehr- und Lernformen sehr gut geeignet, um die übergreifenden Qualifikationsziele des Studiengangs zu erreichen. Dies spiegelt sich auch detailliert in den Modulbeschreibungen wider.

Entscheidungsvorschlag

Das Kriterium ist erfüllt.

Studiengang 08 „CSR & NGO-Management“ (MBA)

Sachstand

Das vorgelegte Curriculum umfasst einen Grundlagenkurs zu „Basics of CSR & NGO-Management“ sowie fünf Pflichtmodule zu General Management. Eine Vertiefung im Bereich CSR & NGO-Management erfolgt im zweiten Semester, in dem auch zwei Module zu „External Environment“ vorgesehen sind. Im dritten Semester wählen die Studierenden aus Electives, nehmen an einem Einzel- bzw. Gruppencoaching teil und schreiben ihre Masterarbeit.

Curriculare Weiterentwicklungen betreffen laut Hochschule die inhaltliche Schärfung und Neujustierung von Modulen.

Der Lehr- und Lernprozess soll durch Angebote zum weitgehend selbst organisierten Lernen geprägt sein. Insbesondere sollen Gruppendiskussionen, teamorientiertes Lernen, Fallstudien und Selbstlerngruppen zum Einsatz kommen.

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Das Curriculum vereint den für ein MBA-Studium geforderten generalistische Ansatz mit einer auf die besonderen Erfordernisse von NGOs bzw. CSR-Aktivitäten abgestimmten Spezialisierung. Die Lehrinhalte sind konsequent auf diese Spezialisierung ausgerichtet und ermöglichen die Erreichung der Qualifikationsziele. Die Absolvent/inn/en werden adäquat qualifiziert, an der Schnittstelle zwischen Generalist/inn/en und Spezialist/inn/en in NGOs und im Bereich CSR zu arbeiten und vor allem erfolgreich zu kommunizieren.

Der Studiengang profitiert stark von den unterschiedlichen beruflichen Hintergründen der Studierenden, die von den Lehrenden aktiv aufgegriffen und – falls notwendig – ausgeglichen werden. Dabei ist der Auswahlprozess sehr engmaschig, um die Passgenauigkeit der Studierenden mit dem Studium und damit auch den individuellen Studienerfolg sicher zu stellen. Die Minimumvoraussetzung von einem Jahr beruflicher Tätigkeit

wird in der Praxis in vielen Fällen übertroffen und die Gutachtergruppe hat motivierte und engagierte Studierende mit z.T. über 10 Jahren Erfahrung im Bereich von NGOs kennen gelernt.

Zentrales Element im Curriculum ist sicher das umfassende Modul zum „CSR & NGO Management“, das im zweiten Semester verortet ist. In diesem wird auch konkret ein Business Plan erstellt, an dem die Studierenden das theoretisch Erlernte in die konkrete Praxis umsetzen müssen. Gleichzeitig werden Sozialkompetenz und ein Teambuilding gefördert. Studierende werden so auch aktiv in den Lernprozess eingebunden.

Wahlmöglichkeiten stehen den Studierenden im dritten Semester zur Verfügung, in dem aus einem Pool an Veranstaltungen zur Spezialisierung gewählt werden kann. Um keine verzerrten Ergebnisse zwischen den Wahlmodulen zu erzeugen, werden die Wahlmodule nur als „bestanden/nicht bestanden“ bewertet.

Das Curriculum, die Studiengangsbezeichnung, der Abschlussgrad und die Abschlussbezeichnung passen insgesamt zu den Qualifikationszielen. Aufgrund einer Überarbeitung des Modulhandbuchs sind nun zudem alle Informationen transparent ausgewiesen.

Entscheidungsvorschlag

Das Kriterium ist erfüllt.

II.3.2 Mobilität (§ 12 Abs. 1 Satz 4 MRVO)

Studiengangübergreifende Aspekte

Sachstand

In den Bachelorstudiengängen sollen das fünfte bis siebte Semester und hier besonders das Praxis- bzw. Auslandssemester für studentische Mobilität geeignet sein. Die Hochschule bietet verschiedene Beratungsmaßnahmen an und schließt mit den Studierenden vorab individuelle Anerkennungsübersichten basierend auf den Regelungen der Prüfungsordnungen ab. Unterstützung bei allgemeinen Fragen bzgl. des Auslandsstudiums bietet darüber hinaus das International Office der Hochschule.

Die Angebote stehen den Masterstudierenden ebenfalls zur Verfügung, wenn diese ein Auslandssemester wahrnehmen möchten.

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Die Gutachtergruppe begrüßt die strukturelle Verankerung von Auslandsaufenthalten durch definierte Mobilitätsfenster, speziell in den betriebswirtschaftlichen Bachelorstudiengängen. Die Möglichkeit zur Mobilität ist zusätzlich auch in den Masterstudiengängen gegeben. Die Gutachtergruppe konnte sich davon überzeugen, dass bei der Konzeption von (semesterübergreifenden) Modulen sowie der (sprachlichen) Ausrichtung der Studiengänge die Möglichkeit zur Mobilität eingebunden wird. Die Integration in das Curriculum ermöglicht es den Studierenden, ohne Zeitverlust an einer Partnerhochschule zu studieren oder praktische Erfahrung bei Unternehmen im Ausland zu sammeln.

Der Fachbereich führt die Anerkennung von an ausländischen Hochschulen erbrachten Leistungen gemäß den Grundsätzen der Lissabon-Konvention durch. Die Verwendung von „Learning Agreements“, eine kulante und flexible Handhabung dieser bei kurzfristigen Änderungen sowie der Implementierung der Grundsätze der Lissabon-Konvention in den Prüfungsordnungen ermöglichen eine reibungslose Anerkennung.

Entscheidungsvorschlag

Das Kriterium ist erfüllt.

II.3.3 Personelle Ausstattung (§ 12 Abs. 2 MRVO)

Studiengangsübergreifende Aspekte

Sachstand

Am Fachbereich sind 42 Professor/inn/en, elf Lehrkräfte für besondere Aufgaben sowie 39 akademische Mitarbeiter/innen angesiedelt, die zu unterschiedlichen Anteilen in den Studiengängen unterrichten. Unterstützt werden diese durch Lehrbeauftragte.

Weiterbildungsangebote können von den Lehrenden sowohl intern als auch extern wahrgenommen werden. Die internen Angebote koordiniert u. a. eine Präsidialbeauftragte für Didaktik und das Zentrum für Innovation und Entwicklung in der Lehre. Extern stehen den Lehrenden das Angebot des Netzwerks Hochschuldidaktische Weiterbildung NRW offen.

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Es sind genügend und geeignete personelle Ressourcen vorhanden, um die Lehre und Betreuung der Studierenden in den Studiengängen zu gewährleisten. Die Gutachtergruppe begrüßt, dass die Verstärkung von sechs Vollzeitstellen in Kürze umgesetzt sein soll. Die herangezogenen Lehrbeauftragten durchlaufen ein informelles Verfahren, um die Qualität sicherzustellen. Ggf. könnte die formale Qualifikation der Lehrbeauftragten noch kritischer untersucht bzw. festgelegt werden. Zahlreiche Maßnahmen zur Personalentwicklung und -qualifizierung sind an der Hochschule Bonn-Rhein-Sieg vorhanden. Insbesondere mit Blick auf die englischsprachigen Lehrveranstaltungen begrüßt die Gutachtergruppe das Bestreben der Hochschule, die Sprachqualifikation der Lehrenden weiter zu stärken.

Entscheidungsvorschlag

Das Kriterium ist erfüllt.

II.3.4 Ressourcenausstattung (§ 12 Abs. 3 MRVO)

Studiengangsübergreifende Aspekte

Sachstand

Die Studiengänge werden an den zwei Standorten des Fachbereichs, Sankt Augustin und Rheinbach, durchgeführt. Im Antrag listet die Hochschule für den Fachbereich insgesamt 39 Seminarräume, sechs Hörsäle und sieben PC-Pools in unterschiedlichen Größen und Ausstattung (PC, Internet, Beamer, Videovorführungsmöglichkeit, z. T. Lautsprecheranlagen, Flipcharts/digitale Flipcharts, Smartboards etc.) als räumliche Ausstattung auf. Am Campus Rheinbach verfügt der Fachbereich über ein psychologisches Versuchslabor.

Gemäß Angaben der Hochschule sind drei Mitarbeiter/innen für Technik und Verwaltung am Fachbereich angestellt.

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Die Gutachtergruppe konnte sich auf Basis der eingereichten Unterlagen sowie der Gespräche mit Studierenden und Vertreter/inne/n der Hochschule ein umfassendes Bild von der Ressourcenausstattung des Fachbereichs sowie der einzelnen Studiengänge verschaffen. Auf dieser Basis kann davon ausgegangen werden, dass Fachbereich und Studiengänge über eine angemessene Ressourcenausstattung (inkl. nichtwissenschaftliches Personal, Räumlichkeiten, IT) verfügen.

Neben Räumlichkeiten für Lehrveranstaltungen bietet der Fachbereich auch Möglichkeiten zur Still- oder Kleingruppenarbeit für die Studierenden. Auch von studentischer Seite konnte versichert werden, dass ein

umfassender Zugriff auf benötigte Literatur (Bücher und Fachartikel aus hochwertigen wissenschaftlichen Zeitschriften) besteht. Spezifischen Anforderungen einiger Studiengänge wird durch Laborräume und IT-Ausstattung Rechnung getragen (z. B. psychologisches Labor mit State-of-the-Art-Ausstattung für wirtschaftspsychologische Forschung, Zugriff auf Datenanalyse-Software wie SPSS). Einer fortschreitenden Digitalisierung im Bereich der Lehre wird ebenfalls durch entsprechende Ausstattung Rechnung getragen (Tools für Onlinelehre, Erstellung von Screencasts für Flipped-Classroom-Konzepte etc.).

Ferner wurden die technischen Rahmenbedingungen in den vergangenen Monaten so angepasst, dass auch während der aktuellen Pandemie eingeschränkter Nutzung der Räumlichkeiten an den beiden Standorten der Hochschule, der Lehrbetrieb online aufrecht erhalten werden konnte.

Entscheidungsvorschlag

Das Kriterium ist erfüllt.

II.3.5 Prüfungssystem (§ 12 Abs. 4 MRVO)

Studiengangübergreifende Aspekte

Sachstand

Die Hochschule führt an, dass die Prüfungsordnungen verschiedene Möglichkeiten zur Ausgestaltung der Prüfungsformen geben, die je nach Kompetenzerfordernissen ausgewählt werden sollen. Neben Prüfungsformen wie Klausuren, mündlichen Prüfungen oder Hausarbeiten werden von der Hochschule auch praktische Arbeiten und Planspiele aufgelistet.

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Die Modulbeschreibungen beinhalten i. d. R. die Nennung von zwei unterschiedlicher Prüfungsformen. Zu Beginn eines Semesters werden die konkreten Prüfungsformen festgelegt und den Studierenden mitgeteilt.

Die in den Modulbeschreibungen der zu begutachtenden Studiengängen vorherrschende Prüfungsform ist die Klausur, wobei an zweiter Stelle eine hohe Vielzahl von weiteren Prüfungsformen genannt werden.

Die Fachvertreter/innen der Bachelorstudiengänge haben auf Nachfrage im Rahmen der Begehung erläutert, dass zu Beginn eines Bachelorstudiums häufiger Klausuren eingesetzt werden. In den höheren Semestern und insbesondere den Schwerpunktfächern werden vermehrt Prüfungsformen wie Hausarbeiten, Präsentationen, Planspiele etc. eingesetzt.

Ebenso wurde von den entsprechenden Fachvertreter/innen für den Studiengang „Controlling und Management“ ergänzt, dass neben den Klausuren das Präsentieren von Fallstudien und die schriftliche Abgabe von Fallstudienlösungen weitere Prüfungsformen darstellen, die die Methodenkompetenz der Studierenden weiterentwickeln sollen.

Im Masterstudiengang „Innovations- und Informationsmanagement“ wurden neue Prüfungsformen, wie bspw. „Forschungsprojekte“ eingeführt.

Eine ausgewogene Mischung der Prüfungsformen zwischen Hausarbeiten, Klausuren und Fallstudien/ Business Plan wurde im Studiengang „CSR & NGO-Management“ im Rahmen der Begehung – auch durch die Studierenden – bestätigt.

Auf die Wirkungen der aktuellen Pandemie wurde entsprechend flexibel reagiert, indem bspw. mündliche Prüfungen online durchgeführt wurden. Die Hochschule möchte in Zukunft den Einsatz von elektronischen Prüfungsformen, wie bspw. das Lösen von Klausuren in Computerräumen, prüfen.

Insgesamt ist festzuhalten, dass sichergestellt wird, dass die Prüfungsformen sich an den zu vermittelnden Kompetenzen orientieren und eine aussagekräftige Überprüfung der erreichten Lernergebnisse gewährleisten.

Entscheidungsvorschlag

Das Kriterium ist erfüllt.

Das Gutachtergremium gibt folgende Empfehlungen:

Zur Förderung der Methodenkompetenz sollten neben den Klausuren auch schon in den ersten Semestern des Studiums weitere Prüfungsformen, auch semesterbegleitende, berücksichtigt werden.

II.3.6 Studierbarkeit (§ 12 Abs. 5 MRVO)

Studiengangübergreifende Aspekte

Sachstand

Jedem Studiengang steht ein/e Professor/in des Fachbereichs als Studiengangleiter/in vor. Darüber hinaus unterstützt ein/eine Studiengangkoordinator/in bei der operativen Planung. Die Studiengangleitung und -koordination sind für alle Fragen, Entscheidungen und Belange der Studienorganisation und Sicherung des Studienablaufs zuständig. In Kooperation mit einer/einem Stundenplaner/in soll es zu Vermeidung von Überschneidungen von Lehr- und Prüfungsveranstaltungen kommen. Jede Semesterkohorte erhält zudem einen eigenen Stundenplan.

Prüfungsausschüsse sind am jeweiligen Standort eingerichtet. Prüfungstermine liegen laut Hochschule direkt im Anschluss an die Vorlesungszeiten und direkt vor Semesterbeginn. Neben Modulen mit differenzierter Note sind auch unbenotete Modulprüfungen eingeplant.

Alle Module umfassen fünf oder mehr CP mit Ausnahme des Moduls „General Management 4: Investment & Finance“ im Studiengang „CSR & NGO-Management“. Der Workload in den Studiengängen soll im Rahmen der studentischen Lehrveranstaltungsbeurteilung regelmäßig überprüft werden.

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Der Fachbereich plant Veranstaltungen sowie Prüfungen zentral und ermöglicht so die Überschneidungsfreiheit eben dieser. Zudem wird nach Angaben der Hochschule für jede Semesterkohorte ein eigener Stundenplan erstellt, der auch die in den Semestern angebotenen Wahlfächer enthält. Die Gutachtergruppe ist überzeugt, dass der Fachbereich einen planbaren und verlässlichen Studienbetrieb ermöglicht.

Die Modulstruktur der Studiengänge weist überwiegend Module mit einer Größe von fünf oder mehr CP auf. Die Ausnahme für ein Modul mit nur vier CP im Studiengang „CSR & NGO Management“ ist vertretbar, da das Modul durchaus größere Module im Semester ergänzt und insgesamt eine vergleichbare Prüfungsdichte gegenüber den anderen Semestern herrscht. Insgesamt erscheint die Prüfungsdichte und -organisation der Studiengänge als angemessen für die Erreichung der Qualifikationsziele.

Der tatsächliche studentische Workload der angebotenen Module wird nach Angaben des Fachbereichs über die Lehrveranstaltungsevaluation erhoben. Zudem konnte die Gutachtergruppe den Eindruck gewinnen, dass die Lehrenden des Fachbereichs in engem Austausch mit den Studierenden stehen und dadurch über Differenzen im Workload der Module erfahren (siehe II.5).

Grundsätzlich ist die Gutachtergruppe überzeugt, dass die Studiengänge in Regelstudienzeit studierbar sind und der Fachbereich geeignete Maßnahmen ergreift, um die Studierbarkeit zu gewährleisten. Auffällig in den statistischen Daten ist allerdings die häufige Überschreitung der Regelstudienzeit in den

Bachelorstudiengängen „Betriebswirtschaft“, zu denen die Gutachtergruppe sowohl mit Studierenden als auch Lehrenden gesprochen hat und für die es durchaus unterschiedliche individuelle Gründe geben kann. Die Gutachtergruppe empfiehlt, diese Gründe gezielt zu prüfen und ggf. Maßnahmen einzuleiten. Hilfreich wäre dabei bspw. eine detaillierte Workloaderhebung, die neuralgische Punkte aufdecken könnte, wie sie z. B. im ersten Semester auftreten könnten. Zudem ergaben die Gespräche der virtuellen Begehung einen Engpass bei der Belegung von bestimmten Ergänzungsfächern. Die Gutachtergruppe empfiehlt daher, das Angebot an Ergänzungsfächer stärker an die Präferenzen der Studierenden anzupassen.

Die Gutachtergruppe akzeptiert die Studienstruktur im Studiengang „Marketing“ mit einigen wenigen Modulen, die über zwei Semester konzipiert sind und in denen Teile der Modulprüfung im ersten Semester geleistet werden, um gezielt bestimmte Kompetenzen zu prüfen. Die Gutachtergruppe empfiehlt allerdings, alle Wege und Möglichkeiten auszuloten, dass diese erbrachten (Teil-)Leistungen bei Nichtbestehen der gesamten Prüfung bei einer Wiederholung anerkannt werden und nicht wieder erbracht werden müssen.

Entscheidungsvorschlag

Das Kriterium ist erfüllt.

Das Gutachtergremium gibt folgende Empfehlungen:

Der Gutachtergruppe ist die häufige Überschreitung der Regelstudienzeit in den BWL-Studiengängen aufgefallen, wobei insbesondere das erste Semester als besonders anspruchsvoll angesehen wird. Die Gutachtergruppe empfiehlt, die Gründe für die Überschreitung der Regelstudienzeit gezielt zu prüfen und ggf. Maßnahmen einzuleiten. Hilfreich wäre dabei bspw. eine detaillierte Workloaderhebung, die neuralgische Punkte aufdecken könnte.

Die Hochschule könnte den Bedarf bzw. insbesondere die Präferenzen und Wünsche der Studierenden in den Ergänzungsfächern eruieren und das Angebot stärker auf diese ausrichten – sowohl zeitlich als auch inhaltlich.

Die Gutachtergruppe akzeptiert die Studienstruktur im Studiengang „Marketing“ mit einigen wenigen Modulen, die über zwei Semester konzipiert sind und in denen Teile der Modulprüfung im ersten Semester geleistet werden, um gezielt bestimmte Kompetenzen zu prüfen. Die Gutachtergruppe empfiehlt allerdings, alle Wege und Möglichkeiten auszuloten, dass diese erbrachten (Teil-)Leistungen bei Nichtbestehen der gesamten Prüfung bei einer Wiederholung anerkannt werden und nicht wieder erbracht werden müssen.

II.3.7 Besonderer Profilspruch (§ 12 Abs. 6 MRVO)

Studiengangsspezifische Bewertung

Studiengänge 04 & 05

Sachstand

Die Studiengänge „Controlling und Management“ sowie „Innovations- und Informationsmanagement“ sind laut Hochschule so konzipiert, dass eine berufliche Tätigkeit nebenbei möglich, aber nicht zwingend erforderlich ist. Dem besonderen Profil eines Teilzeitstudiengangs soll durch eine Streckung der 90 CP auf vier Semester und einer Reduktion der Lehreinheiten auf freitags und samstags Rechnung getragen werden. Der wöchentlichen Workload für die Zielgruppe der berufstätigen Studierenden reduziert sich laut Hochschule dadurch um 25 % gegenüber einem Vollzeitstudium.

Darüber hinaus soll neben der organisatorischen Abstimmung eine inhaltliche Verzahnung mit der Berufstätigkeit angestrebt werden. So ermutigen die Dozierenden laut Hochschule die Studierenden, im Rahmen von

Projekt-, Haus- und Abschlussarbeiten Themenstellungen aus der eigenen beruflichen Praxis zu bearbeiten und gewinnbringend in das Studium einzubinden.

Der Studiengang „CSR & NGO-Management“ ist auch berufsbegleitend als Teilzeitvariante studierbar, indem der Workload pro Semester reduziert und auf fünf Semester ausgeweitet wird und Lehrveranstaltungen freitags und samstags stattfinden.

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Die Studiengänge „Controlling und Management“ sowie „Innovations- und Informationsmanagement“ sind ausschließlich als berufsbegleitende Studiengänge konzipiert, der MBA „CSR & NGO-Management“ beinhaltet eine Teilzeitvariante. Die Studienstruktur, die Konzeption der Veranstaltungszeiten sowie die Betreuung der Studierenden ist aus Sicht der Gutachtergruppe angemessen auf die Besonderheiten des berufsbegleitenden Studiums angepasst. Der Workload ist durch die Streckung der Studiendauer sowie die inhaltliche Konzeption der Module passend für ein berufsbegleitendes Studium.

Entscheidungsvorschlag

Das Kriterium ist erfüllt.

II.4 Fachlich-Inhaltliche Gestaltung der Studiengänge (§ 13 MRVO)

II.4.1 Aktualität der fachlichen und wissenschaftlichen Anforderungen

Studiengangübergreifende Aspekte

Sachstand

Die fachliche-inhaltliche Aktualität der Studiengänge soll durch verschiedene Maßnahmen regelmäßig überprüft werden. Die Hochschule legt dar, dass die Dozierenden sich regelmäßig zur Abstimmung und Weiterentwicklung der Lehre treffen; der Studiengangsleitung soll hier eine besondere Rolle zufallen.

Durch die Einbindung von Gastdozierenden soll der Praxisbezug in den Studiengängen gestärkt werden.

Die Lehrenden sollen zudem durch ihre Forschungstätigkeiten in den wissenschaftlichen Diskurs eingebunden sein und Ergebnisse in die Lehre einbinden. Laut Hochschule sind die Lehrenden in die gängigen Netzwerke und Verbände eingebunden; wissenschaftliche Workshops, Tagungen und Konferenzen sollen organisiert und besucht werden. Zum Austausch des fachlichen Diskurses bestehen laut Hochschule zudem verschiedene nationale und internationale Kooperationen, darunter mit der Universität Siegen.

Durch das Evaluationssystem sowie die Teilnahme an Weiterbildungsangeboten soll der methodisch-didaktische Ansatz kontinuierlich überprüft und weiterentwickelt werden.

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Fachliche Trendthemen wie Nachhaltigkeit, Digitalisierung und Globalisierung wie auch aktuelle methodisch-didaktische Ansätze wurden in der Weiterentwicklung der Curricula in den zu begutachtenden Studiengängen berücksichtigt (siehe hierzu die studiengangsspezifischen Erläuterungen).

Die fachliche-inhaltliche Aktualität der Studiengänge wird insbesondere durch die regelmäßige Abstimmung zwischen den Lehrenden, der Studiengangsleitung und den Fachverantwortlichen gewährleistet. Aus dem breit angelegten Evaluationssystem werden wertvolle Informationen für die Weiterentwicklung der Studiengänge gewonnen und zeitnah in das Curriculum umgesetzt.

Durch die Einbindung von Lehrenden in Bachelor- und Masterstudiengängen wird ebenfalls sichergestellt, dass Inhalte aus den Bachelorstudiengängen nicht auch im Masterstudium angerechnet werden.

Der Prozess der fachlich-inhaltlichen Gestaltung der Studiengänge wird als angemessen eingestuft.

Entscheidungsvorschlag

Das Kriterium ist erfüllt.

II.5 Studienerfolg (§ 14 MRVO)

Studiengangübergreifende Aspekte

Sachstand

Um die Weiterentwicklung der Studienprogramme zu fördern und die Qualität zu sichern, arbeiten dem Fachbereich zum einen das hochschulweite Zentrum für Innovation und Entwicklung in der Lehre zu, zum anderen berät ein fachbereichs-spezifischer Beirat mit Vertreter/innen aus der Praxis. Evaluationsmaßnahmen sind durch eine Evaluationsordnung definiert; Evaluationsbeauftragte (an jedem der beiden Standorte) sowie eine Studienkommission sind für die Koordination und Durchführung am Fachbereich zuständig.

Lehrveranstaltungen werden laut Hochschule flächendeckend jedes Semester durchgeführt. Die Ergebnisse sollen im Rahmen der Lehrveranstaltung an die Studierenden zurückgekoppelt werden; ein Bericht mit aggregierten Daten soll an die Gliederungsleitung und die/den Evaluationsbeauftragte/n des Fachbereichs gehen.

Darüber hinaus führt die Hochschule noch studiengangsbezogene Befragungen zu unterschiedlichen Studienphasen, Absolventen- und Ehemaligenbefragungen durch. Die Vizepräsidentin bzw. der Vizepräsident für Lehre, Studium und Weiterbildung führt laut Hochschule in regelmäßigen Abständen Gespräche mit den Fachbereichen über die Weiterentwicklung ihrer Studienangebote im Kontext der Hochschulentwicklung durch.

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Hochschule und Fachbereich haben ein umfangreiches System zur Qualitätssicherung, das vielfältige Instrumente und Evaluationsformen beinhaltet, mit denen sich die Weiterentwicklung der Qualität der Studienprogramme valide erfassen lässt. Diese Instrumente werden regelmäßig eingesetzt, was unter anderem durch eine Evaluationsordnung sichergestellt wird. Neben einer datenbasierten Bestandsaufnahme ist jedoch entscheidend, inwieweit aus den gewonnenen Daten Erkenntnisse und Maßnahmen abgeleitet werden. Auch hier konnte die Gutachtergruppe auf Basis von Unterlagen und Gesprächen den Eindruck gewinnen, dass Fachbereich und Studiengänge aktiv, kontinuierlich und systematisch an der Weiterentwicklung der Studienprogramme arbeiten, Handlungsbedarfe erkennen und adressieren. So wurden auf Basis von Workloaderhebungen in verschiedenen Studienprogrammen curriculare Anpassungen vorgenommen, um Workload und CP-Anzahl noch besser in Einklang zu bringen (z. B. im Bachelorstudiengang „Wirtschaftspsychologie“). Themen, bei denen in Studiengangbefragungen seitens der Studierenden Handlungsbedarf geäußert wird, werden im intensiven Austausch mit den Studierenden weiterverfolgt und durch Maßnahmen adressiert. Auch von Studierendenseite wurde bestätigt, dass sowohl bei Lehrevaluationen als auch bei anderen Rückmeldungen der Studierenden eine intensive Rückkoppelung durch Lehrende und Hochschule besteht. Das Rückmeldesystem innerhalb der Hochschule beachtet dabei durchgängig datenschutzrechtliche Belange.

Insgesamt zeichnen die vorliegenden Befunde aus Lehrevaluationen, Studiengang- und Absolventenbefragungen ein positives Bild der Studiengänge, ihrer Curricula und ihrer Vorbereitung auf die spätere Berufstätigkeit. Eine Überschreitung der Regelstudienzeit konnte nachvollziehbar von den Verantwortlichen und den Studierenden durch individuelle Gründe erklärt werden, z. B. durch eine hohe Anzahl von Studierenden, die nebenbei berufstätig sind.

Auch die Gespräche mit den Lehrenden der Studiengänge hat den Eindruck vermittelt, dass in den Studiengängen eine Atmosphäre besteht, die auf kontinuierliche Verbesserung und hohe Wertschätzung für studentische Belange ausgerichtet ist.

Entscheidungsvorschlag

Das Kriterium ist erfüllt.

II.6 Geschlechtergerechtigkeit und Nachteilsausgleich (§ 15 MRVO)

Studiengangübergreifende Aspekte

Sachstand

Die Hochschule Bonn-Rhein-Sieg verfolgt ein Konzept zur Frauen- und Familiengerechtigkeit, das in den Studiengängen des Fachbereichs Anwendung finden soll. Die Hochschule ist zertifiziert und sieht verschiedene Maßnahmen vor, darunter Kinderbetreuungseinrichtungen, Eltern-Kind-Arbeitszimmer und Stillräume sowie unterschiedliche Teilzeitangebote und den Einsatz von digitalen Lehr-Lernmethoden zur flexiblen Studiengestaltung.

Es besteht eine Gleichstellungsstelle sowie eine Schwerbehindertenvertretung. Ein Nachteilsausgleich ist in den Prüfungsordnungen vorgesehen.

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Das Ziel einer gleichberechtigten Teilhabe von Frauen und Männern in allen Bereichen der Hochschule ist in der Hochschulstrategie verankert und u. a. durch ein Gleichstellungskonzept konkretisiert. Die Hochschule nutzt vielfältige Maßnahmen und Prozesse, um dem Ziel näher zu kommen. Gender-Aspekte werden bspw. auch in den Veranstaltungen des Fachbereichs behandelt, z. B. in Abschlussarbeiten.

Die Hochschule nimmt zudem an verschiedenen Projekten teil, z. B. dem Professorinnen-Programm, um die Anzahl der Professorinnen zu erhöhen. Die hochschulweiten Maßnahmen werden in den Studiengängen des Fachbereichs Wirtschaftswissenschaften angewandt – mit unterschiedlichen Erfolgen.

Eine hochschulweite Strategie zur Förderung und dem Umgang mit Diversität wurde ebenfalls verabschiedet. Ein Lenkungskreis Diversität trifft sich regelmäßig, um die Umsetzung zu begleiten. Die Gutachtergruppe konnte sich davon überzeugen, dass der Nachteilsausgleich am Fachbereich gelebte Praxis ist und den betroffenen Studierenden Hilfestellung bietet.

Entscheidungsvorschlag

Das Kriterium ist erfüllt.

III. Begutachtungsverfahren

III.1 Allgemeine Hinweise

Wegen der Reise- und Versammlungsbeschränkungen aufgrund der Corona-Pandemie konnte keine Begehung vor Ort stattfinden. Entsprechend dem Beschluss des Vorstands der Stiftung Akkreditierungsrat vom 10.03.2020 wurde die Begutachtung in Absprache mit den Beteiligten virtuell durchgeführt. Dabei wurden auf Seiten der Hochschule Bonn-Rhein-Sieg alle unter 4.2 genannten Gruppen in die Befragung durch das Gutachtergremium eingebunden. Die Räumlichkeiten und die sächliche Ausstattung wurden im Selbstbericht dokumentiert.

Im Rahmen des Verfahrens hat die Hochschule überarbeitete Modulhandbücher eingereicht, die bei der Erstellung des Gutachtens berücksichtigt wurden.

III.2 Rechtliche Grundlagen

Akkreditierungsstaatsvertrag

Verordnung zur Regelung des Näheren der Studienakkreditierung in Nordrhein-Westfalen vom 25.01.2018

III.3 Gutachtergruppe

Hochschullehrerinnen / Hochschullehrer

- Prof. Dr. Ulrich Föhl, Hochschule Pforzheim, Fakultät für Wirtschaft und Recht, Professor für psychologische Marktforschung
- Prof. Dr. Dominik Halstrup, Hochschule Osnabrück, Fakultät Wirtschafts- und Sozialwissenschaften, Professur für BWL, insbes. Strategisches Management
- Prof. Dr. Angelika Sawczyn-Müller, Hochschule Fulda, Fachbereich Wirtschaft, Professorin für Allgemeine BWL, insbesondere Investitionscontrolling

Vertreter der Berufspraxis

- Dr. Hans-Dieter Schinner, International Industrial Consult AG, Frankfurt

Studierender

- Tobias Burk, Student der Universität Hohenheim

IV. Datenblatt**IV.1 Daten zum Studiengang zum Zeitpunkt der Begutachtung**

s. Datenanhang des Selbstberichts

IV.2 Daten zur Akkreditierung

Vertragsschluss Hochschule – Agentur:	29.01.2019
Eingang der Selbstdokumentation:	17.03.2020
Zeitpunkt der Begehung:	31.11./01.12.2020
Personengruppen, mit denen Gespräche geführt worden sind:	Hochschulleitung Fachbereichsleitung Studiengangsverantwortliche, Lehrende Mitarbeiter/innen zentraler Einrichtungen Studierende
An räumlicher und sächlicher Ausstattung wurde besichtigt (optional, sofern fachlich angezeigt):	/

Studiengang 1

Erstakkreditiert am:	20.08.2008
Begutachtung durch Agentur:	AQAS
Re-akkreditiert (1):	Von 26.08.2013 bis 30.09.2019
Begutachtung durch Agentur:	AQAS
Ggf. Fristverlängerung	Von 01.10.2019 bis 30.09.2021

Studiengang 2

Erstakkreditiert am:	29.06.2016
Begutachtung durch Agentur:	

Studiengang 3

Erstakkreditiert am:	27.09.2012
Begutachtung durch Agentur:	FIBAA
Re-akkreditiert (1):	Von 28.08.2017 bis 30.09.2024
Begutachtung durch Agentur:	AQAS

Studiengänge 4 & 5

Erstakkreditiert am:	17.08.2009
Begutachtung durch Agentur:	AQAS
Re-akkreditiert (1):	Von 18.08.2014 bis 30.09.2021
Begutachtung durch Agentur:	AQAS

Studiengang 6

Erstakkreditiert am:	22.08.2016
Begutachtung durch Agentur:	AQAS

Studiengang 7

Erstakkreditiert am:	01.12.2015
Begutachtung durch Agentur:	AQAS

Studiengang 8

Erstakkreditiert am:	10.09.2009
Begutachtung durch Agentur:	AQAS
Re-akkreditiert (1):	Von 18.08.2015 bis 30.09.2021
Begutachtung durch Agentur:	AQAS