

# Beschluss zur Akkreditierung

## der Studiengänge

- Betriebswirtschaft/ International Business (B.Sc.)
- Betriebswirtschaft/ International Marketing (B.Sc.)
- Betriebswirtschaft/ Controlling, Finanz- und Rechnungswesen (B.Sc.)
- Controlling, Finance and Accounting (M.A.)
- Innovatives Dienstleistungsmarketing (M.A.)



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

1. Die Studiengänge „Betriebswirtschaft/ International Business“ (B.Sc.), „Betriebswirtschaft/ International Marketing“ (B.Sc.) und „Betriebswirtschaft/ Controlling, Finanz- und Rechnungswesen“ (B.Sc.) an der Hochschule Pforzheim werden unter Berücksichtigung der „Regeln des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung“ (Beschluss des Akkreditierungsrates vom 20.02.2013) ohne Auflagen akkreditiert, da die darin genannten Qualitätsanforderungen für die Akkreditierung von Studiengängen erfüllt sind.

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

2. Die Akkreditierung wird für eine **Dauer von sieben Jahren** (unter Berücksichtigung des vollen zuletzt betroffenen Studienjahres) ausgesprochen und ist unter Anrechnung der vorläufigen Akkreditierung gemäß Beschluss der Akkreditierungskommission vom 26./27.08.2013 **gültig bis zum 30.09.2020**.

Zur Weiterentwicklung der Studiengänge werden die folgenden Empfehlungen gegeben:

### Für alle Studiengänge des Pakets:

- I.E.1 Die studentische Arbeitsbelastung sollte systematischer erhoben werden.
- I.E.2 Die Ergebnisse der studentischen Lehrveranstaltungskritik sollten stärker gegenüber den Studierenden kommuniziert werden.

### Für den Studiengang „BW/ International Marketing“ (B.Sc.):

- II.E.1 Die Hochschule sollte die Gründe für die hohe Abbrecherquote systematisch untersuchen und entsprechende Maßnahmen ergreifen. Insbesondere sollte eine kritische und fundierte Überprüfung des Auswahlverfahrens erfolgen.

II.E.2 Die Hochschule sollte Studierende ermuntern, Praktika häufiger im Ausland zu verbringen.

Für den Studiengang „BW/ International Business“ (B.Sc.):

III.E.1 Die Voraussetzungen für die Belegung der einzelnen Module sollten eindeutig beschrieben sein.

III.E.2 Die Hochschule sollte Studierende ermuntern, Praktika häufiger im Ausland zu verbringen.

Für den Studiengang „BW/ Controlling, Finanz- und Rechnungswesen“ (B.Sc.):

IV.E.1 Die Module „Unternehmenssteuerung“ und „Controlling 1“ sollten inhaltlich besser voneinander abgegrenzt werden.

IV.E.2 Die Bezeichnung der Module Controlling 1 und 2 sollte im Modulhandbuch korrekt verwendet werden.

1. Der Studiengang „**Controlling, Finance and Accounting**“ mit dem Abschluss „Master of Arts“ und der Studiengang „**Innovatives Dienstleistungsmarketing**“ mit dem Abschluss „Master of Arts“ an der Hochschule Pforzheim werden unter Berücksichtigung der „Regeln des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung“ (Beschluss des Akkreditierungsrates vom 20.02.2013) mit jeweils einer Auflage akkreditiert.
2. Die Studiengänge entsprechen grundsätzlich den Kriterien des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen, den Anforderungen der Ländergemeinsamen Strukturvorgaben der Kultusministerkonferenz, den landesspezifischen Strukturvorgaben für die Akkreditierung von Bachelor- und Masterstudiengängen sowie den Anforderungen des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse in der aktuell gültigen Fassung. Die im Verfahren festgestellten Mängel sind durch die Hochschule innerhalb von neun Monaten behebbar.
3. Es handelt sich um **konsequente** Masterstudiengänge.
4. Die Akkreditierung wird mit den unten genannten Auflagen verbunden. Die Auflagen sind umzusetzen. Die Umsetzung der Auflagen ist schriftlich zu dokumentieren und AQAS spätestens **bis zum 31.05.2015** anzuzeigen.
5. Die Akkreditierung wird für eine **Dauer von sieben Jahren** (unter Berücksichtigung des vollen zuletzt betroffenen Studienjahres) ausgesprochen und ist unter Anrechnung der vorläufigen Akkreditierung gemäß Beschluss der Akkreditierungskommission vom 26./27.08.2014 **gültig bis zum 30.09.2020**.

**Auflagen:**

Für den Studiengang „Controlling, Finance and Accounting“ (M.A.):

I.A.1 In der Zulassungsordnung müssen die fachspezifischen Vorkenntnisse präzisiert werden.

Die Auflage I.A.1 wird erteilt, da die Akkreditierungskommission auf Basis des Gutachtens und der Stellungnahme der Hochschule davon ausgeht, dass das Kriterium 2.3 nur eingeschränkt erfüllt ist.

Für den Studiengang „Innovatives Dienstleistungsmarketing“ (M.A.):

II.A.1 Die Hochschule muss die tatsächlich angebotenen Wahlpflichtfächer und deren Turnus in den studiengangsrelevanten Dokumenten deutlich und frühzeitig ausweisen.

Die Auflagen beziehen sich auf im Verfahren festgestellte Mängel hinsichtlich der Erfüllung der Kriterien des Akkreditierungsrates zur Akkreditierung von Studiengängen i. d. F. vom 20.02.2013.

Die Auflagen wurden fristgerecht erfüllt.  
Die Akkreditierungskommission bestätigt dies mit Beschluss vom 18./19.05.2015.

Zur Weiterentwicklung des Studiengangs „Innovatives Dienstleistungsmarketing“ (M.A.)

wird die folgende Empfehlung gegeben:

V.E.1 Im Curriculum sollten die theoretischen Grundlagen des Prozess- und des Projektmanagements verankert werden.

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

**Zur Veröffentlichung des Gutachtens:**

Die Akkreditierungskommission schlägt unter Berücksichtigung der Stellungnahme der Hochschule folgende Streichungen von Textpassagen im Gutachterbericht vor:

- Im Kapitel Studierbarkeit/ Studiengangsspezifische Bewertungen/ BW/ International Business (B.Sc.) wird im Absatz 2 der letzte Satz gestrichen.
- Im Kapitel Studierbarkeit/ Studiengangsspezifische Bewertungen/ BW/ International Marketing (B.Sc.) wird im Absatz 2 der letzte Satz gestrichen.
- Im Kapitel Qualität der Curricula/ Bachelorstudiengang BW/ International Business (B.Sc.) wird im Absatz 5 der letzte Satz gestrichen.
- Im Kapitel Qualität der Curricula/ Bachelorstudiengang BW/ International Marketing (B.Sc.) wird im Absatz 4 der letzte Satz gestrichen.

Die Geschäftsstelle wird um Abstimmung mit der Gutachtergruppe gebeten. Wird ein Einvernehmen hergestellt, wird das Gutachten in der von der Akkreditierungskommission vorgeschlagenen Form veröffentlicht. Falls kein Einvernehmen hergestellt werden kann, wird die Kommission erneut mit dem Gutachten befasst. Die Akkreditierungsentscheidung bleibt davon unberührt.



## **Präambel**

---

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

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

## **I. Ablauf des Verfahrens**

---

Die Hochschule Pforzheim beantragt die Akkreditierung der oben aufgeführten Studiengänge.

Es handelt sich um Reakkreditierungen.

Das Akkreditierungsverfahren wurde am 17./18.02.2014 durch die zuständige Akkreditierungskommission von AQAS eröffnet. Es wurde eine vorläufige Akkreditierung bis zum 31.08.2014 ausgesprochen. Am 03./04.06.2014 fand die Begehung am Hochschulstandort Pforzheim durch die oben angeführte Gutachtergruppe statt. Dabei erfolgten unter anderem getrennte Gespräche mit der Hochschulleitung, Lehrenden und Studierenden.

Das vorliegende Gutachten der Gutachtergruppe basiert auf den schriftlichen Antragsunterlagen der Hochschule und den Ergebnissen der Begehung. Im Rahmen der Begehung fanden auch Videokonferenzen mit internationalen Partnerhochschulen statt. Insbesondere beziehen sich die deskriptiven Teile des Gutachtens auf den vorgelegten Antrag.

### **1. Allgemeine Informationen**

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

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

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

### **Bewertung**

Die Hochschule Pforzheim besitzt fundierte und zielführende Konzepte zur Geschlechtergerechtigkeit und zur Förderung der Chancengleichheit von Studierenden, die auf die Studienprogramme Anwendung finden.

## **2. Studierbarkeit/Beratung, Betreuung, Information und Organisation**

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

Nach Darstellung der Hochschule können sich Studieninteressierte und Studierende über die Homepage und regelmäßige Informationsveranstaltungen zum jeweiligen Studiengang informieren.

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

Die Hochschule gibt an, dass i. d. R. eine Prüfungsleistung pro Modul vorgesehen ist, die Ausnahmen hiervon werden im Selbstbericht begründet.

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

Die Prüfungsorganisation ist beim Prüfungsamt der Hochschule unter Mitwirkung der Studiendekane und Fachgebietsleiter angesiedelt.

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

Ein Mobilitätsfenster ist im 6. Semester der Bachelorstudiengänge vorgesehen. Das akademische Auslandsamt soll Studierende beim Kontakt mit den ausländischen Hochschulen unterstützen.

Bei Studienaufenthalten im Ausland sind die Studierenden nach Angaben der Hochschule verpflichtet ein „Learning Agreement“ unter Abstimmung mit dem/der Hochschulbetreuer/in und dem/der jeweiligen Studiengangsleiter/in abzuschließen.

### **Bewertung**

Die Verantwortlichkeiten für die Studiengänge sind klar geregelt und zuordenbar. Die Lehrangebote bauen inhaltlich aufeinander auf und ein reibungsloser organisatorischer Ablauf kann durch flexible und zentrale Koordination gewährleistet werden.

Zu allen Belangen des Studiums werden Angebote zur Information vor dem Studium und zur Orientierung bereitgehalten und auch genutzt. Es existieren auch fremdsprachige Informationsangebote, eine Internetpräsenz ist vorhanden. Zur Vorbereitung der Praxisphasen bietet die Hochschule eine Online-Praktikumsbörse und unterhält ein Campus-Office, das Unterstützung im Vorfeld anbietet. Viele Kontakte ergeben sich auch über die Lehrenden.

Die Hochschule bietet vor Studienbeginn und im Zusammenhang mit Auslandsaufenthalten sowie bezüglich der Prüfungsmodalitäten Veranstaltungen und Material zur Information der Studierenden an. Die Fachschaft bietet eigenständig vergleichbare Veranstaltungen für Erstsemester an. Hochschulbedingte Informationsdefizite bei den Studierenden waren nicht zu erkennen, das Angebot der Hochschule kann als äußerst zufriedenstellend bewertet werden.

Die Studierenden suchen sich die Hochschulen, an denen sie ihr Auslandsstudium absolvieren möchten, zumeist selbst aus, können dabei aber auf institutionalisierte Kooperationen der Hochschule zurückgreifen. Das International Office unterstützt die Studierenden, bspw. im Bereich Stipendien.

Die Anrechnungssatzung der Hochschule Pforzheim (§ 2) stellt sicher, dass Anrechnungen von im Ausland erbrachten Leistungen auf der Grundlage qualitätsgesicherter Gegenseitigkeitsabkommen mit ausländischen Hochschulen erfolgen, insbesondere, wenn dadurch an der ausländischen Hochschule und an der Hochschule Pforzheim jeweils ein eigener Abschlussgrad erworben (Double Degree).

Die Anerkennung von Studien- und Prüfungsleistungen, die im Ausland oder an anderen Hochschulen im Inland sowie studienextern erworben wurden, ist in der Prüfungsordnung geregelt. Die Bestimmungen der Lissabon-Konvention werden durch Learning-Agreements umgesetzt. Sofern die Studierenden, die im Ausland studieren, keine anderen Veranstaltungen belegen, als im Learning Agreement vorgesehen, erfolgt die Anrechnung problemlos. Kommt es hingegen zu Abweichungen, so entscheiden Hochschulbetreuer/innen sowie Studiengangleiter/innen im Einzelfall, ob eine Anrechnung auf inhaltlicher Basis erfolgen kann. Die Learning Agreements werden dann im Einverständnis zwischen den Beteiligten abgeändert. Die Umrechnungstabellen für die erhaltenen Noten werden kontinuierlich angepasst. In den Studiengängen auf Bachelorebene ist ein Modul vorgesehen, das sich über zwei Semester erstreckt und in Blockveranstaltungen mit verschiedenen Auswahlterminen belegt werden kann. Durch die Anrechenbarkeit auch im Ausland sowie die Auswahltermine entsteht keine Beeinträchtigung von möglichen Auslandsaufenthalten.

Die Prüfungsordnungen wurden einer Rechtsprüfung unterzogen und sind veröffentlicht. Studienverlauf, Prüfungsanforderungen sowie Nachteilsausgleichsregelungen sind öffentlich einsehbar. Informationen über Wahlmöglichkeiten innerhalb des Studienverlaufs werden mehrfach in den ersten Semestern bekanntgegeben.

Besondere Angebote für Studierende mit Behinderung und für Studierende in besonderen Lebenssituationen sind vorhanden.

Die Hochschule unterhält ein Frühwarnsystem, um bei der Gefahr einer Regelstudienzeitüberschreitung oder bei einem auffallend niedrigen Leistungspunkterwerb gezielt Beratungsleistungen für Studierende anzubieten.

Die Prüfungen sind modulbezogen und wissens- bzw. kompetenzorientiert ausgestaltet. Der Studienverlaufsplan, die Prüfungsanforderungen und Nachteilsausgleichsregelungen sind öffentlich einsehbar und bekannt. Die Nachteilsausgleichsregelungen werden umgesetzt. Die in den Modulbeschreibungen ausgewiesene studentische Arbeitsbelastung und die diesbezügliche Zuordnung von Leistungspunkten erscheinen aus Gutachtersicht plausibel.

Die Erhebung der studentischen Arbeitsbelastung erfolgt jedoch nicht flächendeckend und kontinuierlich. Bisher gab es Versuche, über ‚Tagebücher‘, den tatsächlichen Aufwand der Studierenden zu erfassen. Aufgrund methodologischer Probleme wie des hohen Aufwands wurde jedoch auf punktuelle Erhebungen per Fragebogen sowie Feedbackrunden, also qualitative Fokusgruppen, zurückgegriffen. Durch Rückkopplung über die Studienkommissionen und das Dekanat erfolgten in der Vergangenheit Anpassungen der Leistungspunktvergabe. Summa summarum können die Workload-Erhebung und -ausweisung als zweckmäßig eingeschätzt werden, wenngleich sie systematisiert werden sollten (Monitum 1). Die in den Studiengängen vorgesehenen Praxiselemente sind mit Leistungspunkten versehen.

Die Gutachter/innen haben festgestellt, dass in einigen Studiengängen Verlängerungen der Studiendauer zu verzeichnen sind. Die von Studierenden wie Hochschulverantwortlichen angeführten Gründe erschienen plausibel. So würden einige Studierende zusätzliche oder längere Prakti-

ka absolvieren, länger im Ausland bleiben, bewusst die Studiendauer ausdehnen, um zu einem günstigeren Zeitpunkt in den Master starten zu können oder durch einen in das folgende Semester geschobenen Abgabetermin der Abschlussarbeit als formal im nächsten Semester eingeschrieben gewertet werden. Darüber hinaus wurde berichtet, dass in einigen Studiengängen anspruchsvolle Module im siebenten Semester liegen und einige Studierende die Prüfung erst im achten Semester ablegen. Um dem vorzubeugen, wurde eine Umstellung der Modulabfolge implementiert, deren Auswirkung sich zukünftig zeigen wird.

Da in der Vergangenheit in einigen Studiengängen festgestellt wurde, dass punktuell eine zu hohe Prüfungsbelastung vorliegt, wurde das sogenannte, mittlerweile in einigen Modulen von ca. 90% der Studierenden genutzte „Fast-Track“-Angebot eingeführt, um die Prüfungsdichte zu entzerren. Hierbei können Studierende bei gleichbleibendem Workload in der ersten Hälfte des Semesters die doppelte Präsenzstundenzahl erreichen und in der Semestermitte die Prüfung ablegen, was eine Entzerrung am Semesterende bewirkt. Die Lösung erscheint in Anbetracht der Rückmeldung der Studierenden und der Entzerrung der punktuellen Prüfungsbelastung als zweckmäßig und gutzuheißen. Zudem wurden einige Veranstaltungen im Studienablauf als Reaktion auf Studierendenrückmeldungen und aus didaktischen Gründen verlegt. Die beobachtete Responsivität ist sehr positiv zu bewerten, es finden sich diverse Reform-Belege, die auf ein funktionierendes Qualitätsmanagementsystem hinweisen.

Die Wiederholbarkeit von Prüfungen ist gegeben. Allerdings liegen die Nachschreibetermine erst im folgenden Semester, wodurch sich die Prüfungsbelastung wiederum erhöht. Die Verantwortlichen haben sich gegen zweite, zeitnahe Nachprüftermine und gegen Nachprüftermine außerhalb der regulären Prüfungszeit entschieden, da dies zu taktischem Durchfallen auf studentischer Seite und zu erhöhtem organisatorischen Aufwand für die Hochschule geführt hat. Diese Begründungen sind aus Gutachtersicht nachvollziehbar. Ein besonderes Augenmerk sollte auf das Risiko einer möglicherweise hierdurch entstehenden Studienzeiterlängerung gelegt werden.

Da von Studierendenseite punktuell mehr Bedarf bei der Rückkopplung und Reflexion der Ergebnisse von Lehrevaluationen gesehen wurde, wird der Hochschule geraten, den Umgang mit den studentischen Lehrevaluationsergebnissen transparenter zu gestalten. (Monitum 2)

### **Studiengangsspezifische Bewertungen (sofern relevant)**

#### **BW/ International Business (B.Sc.)**

Die verfügbaren Daten über die Abbruchquoten, die durchschnittliche Studiendauer und die Prüfungsergebnisse belegen, dass die Studierbarkeit gegeben ist. Die bereits erwähnten Umstrukturierungen im Curriculum, die stärkere Betonung der Mathematiknote bei der Zulassung sowie das Angebot an außercurricularen Sprachkursen haben dazu beigetragen, die Studierbarkeit weiter zu verbessern.

Allerdings ist die Darstellung, welche Voraussetzungen vor der Belegung fremdsprachlicher Module, vor der Praxisphase, vor dem Auslandsstudium bzw. vor dem siebten Semester tatsächlich zwingend erfüllt sein müssen, etwas verwirrend. Hier wäre eine klare und widerspruchsfreie Darstellung im Sinne einer noch besseren Studierbarkeit hilfreich. (Monitum 9) Weiterhin wird angefragt, dass Studierende ermuntert werden, Praktika im Ausland zu verbringen, auch wenn sich durchaus gute Argumente für ein Praktikum im Inland finden lassen (Monitum 10). ~~Zudem sollte die Hochschule eine stärkere Vermischung, insbesondere auf curricularer Ebene, zwischen Incomings und Outgoings anstreben (Monitum 8).~~

#### **BW/ International Marketing (B.Sc.)**

Da im Studiengang BW/International Marketing ein Auslandsaufenthalt eine zentrale Rolle spielt und einige der Partnerhochschulen einen vom deutschen System abweichenden Semesterstart haben, wurde das dritte Semester verkürzt. Die Lehrinhalte sowie Workload bleiben durch Lehr-



verdichtung gleich, was einen lückenlosen Übergang ermöglicht. Die Studierenden merken an, dass die Verdichtung zu bewältigen sei.

Die Gutachtergruppe bemerkt die vergleichsweise hohe Abbrecherquote im Studiengang. Die Hochschule sowie die Studierenden führen dies auf einen Irrtum der Abbrecher/innen oder Wechsler/innen bei der Studienwahl zurück. Dennoch regt die Gutachtergruppe an, der Angelegenheit verstärkte Aufmerksamkeit zu widmen und eine Reduzierung der Abbrecherquote anzustreben (Monitum 4). Weiterhin wird angeregt, dass Studierende ermuntert werden, Praktika im Ausland zu verbringen, auch wenn sich durchaus gute Argumente für ein Praktikum im Inland finden lassen (Monitum 6). ~~Zudem sollte die Hochschule eine stärkere Vermischung, insbesondere auf curricularer Ebene, zwischen Incomings und Outgoings anstreben (Monitum 5).~~

### 3. Berufsfeldorientierung

Der **Bachelorstudiengang „BW/ International Business“** soll Studierende breit für internationale Tätigkeiten ausbilden, z.B. im internationalen Vertrieb, der internationalen Rechnungslegung, im Beteiligungscontrolling, im internationalen Controlling oder der Unternehmensberatung.

Der **Bachelorstudiengang „BW/ International Marketing“** soll die Studierenden auf eine Berufstätigkeit im Marketing von internationalen Unternehmen vorbereiten. Die Absolventinnen und Absolventen sollen im Bereich der Konsum- und Industriegüterindustrie im Brand/ Product Management, in der Marktforschung und im Bereich Kommunikation/Werbung, aber auch in der Unternehmensberatung arbeiten können.

Der **Bachelorstudiengang „BW/ Controlling, Finanz- und Rechnungswesen“** zielt darauf ab, Studierende für Berufstätigkeiten im Controlling, in der Rechnungslegung und im Finanzmanagement (Treasury) von Unternehmen aller Branchen, angefangen von qualifizierten Sachbearbeiterpositionen bis hin zu den entsprechenden Führungsaufgaben, zu qualifizieren.

Laut Hochschule haben die Bachelorstudiengänge einen hohen Praxisbezug durch praxisrelevante Inhalte der einzelnen Module und durch die Integration des Praxissemesters. Die Praktikanten-Betreuer/innen geben der Hochschule ein Feedback, sodass eventuelle Schwächen der Ausbildung erkannt werden können.

Der **Masterstudiengang „Controlling, Finance and Accounting“** soll Studierende für unterschiedlichste Tätigkeitsfelder qualifizieren, die von Tätigkeiten im „klassischen Controlling“ über den Einsatz in Beratungsunternehmen bis hin zu Tätigkeiten bei Wirtschaftsprüfungsgesellschaften reichen.

Der **Masterstudiengang „Innovatives Dienstleistungsmarketing“** soll die Absolvent/innen vorbereiten auf Managementaufgaben im Rahmen der Entwicklung und Vermarktung von Dienstleistungen unterschiedlicher Branchen.

Bei beiden Masterstudiengängen soll Innerhalb des Curriculums Praxisbezug durch unmittelbar praxisrelevante Inhalte einzelner Module, den Einsatz von Lehrbeauftragten aus der Praxis und eine jeweils im Sommersemester stattfindende Exkursionswoche mit Fachveranstaltungen in Unternehmen hergestellt werden.

### Bewertung

Sowohl die Bachelor- als auch die Masterstudiengänge sind praxisorientiert. Der Einstieg in den Arbeitsmarkt gelingt mit unterschiedlichem Zeitaufwand und wird von unterschiedlichen Faktoren (wie Studienabschluss, wirtschaftliche Situation der jeweiligen Branche etc.) beeinflusst, die entscheidende Erfolgsfaktoren bei der Arbeitsplatzsuche darstellen.

Die von den Studierenden erworbenen Erfahrungen in Unternehmen (Praktikum), fachliche/ interkulturelle Erfahrungen und die Verbesserung der Sprachkompetenz durch das Auslandssemester

erhöhen die Konkurrenzfähigkeit auf dem Arbeitsmarkt. Praktische Fähigkeiten und Fertigkeiten wie z.B. Präsentation, Umgang mit SAP/ Excel, das Erstellen von Berichten etc. ermöglichen den Absolvent/innen abrufbare Kompetenzen in Arbeitszusammenhängen nachzuweisen.

Hervorzuheben ist die Vermittlung von methodischen und praxisrelevanten Grundlagen in allen Studiengängen, die von Lehrbeauftragten aus der Praxis oder Lehrpersonal mit Erfahrung/ Tätigkeit in der Privatwirtschaft vermittelt werden. Diese solide Wissensbasis ermöglicht den Absolvent/innen, sich kurzfristig in neue Anforderungen am Arbeitsplatz einzuarbeiten bzw. zeitnah ihre Kompetenzen bedarfsgerecht zu erweitern.

Da das Studium an der Hochschule dem Anspruch folgt, projektbasiert und praxisorientiert auszubilden, werden theoretische Grundlagen in dem Maß vermittelt wie diese notwendig sind, um angewandte Wissenschaft betreiben zu können. Damit wird die Hochschule ihrem eigenen Anspruch gerecht. Erfahrungen von Bachelor-Absolvent/innen zeigen jedoch, dass einzelne Universitäten die Aufnahme von FH-Absolvent/innen gezielt erschweren bzw. sich abschotten, indem sie Leistungen nicht anerkennen oder gezielt Leistungen als Zugangsvoraussetzung einfordern, die von Fachhochschulen nicht abgedeckt werden. Es wird angeregt, diesen Sachverhalt außerhalb des Akkreditierungsverfahrens auf politischer Ebene zu thematisieren und eine Strategie zur Durchsetzung der Durchlässigkeit mit anderen betroffenen Hochschulen zu entwickeln.

Der Bekanntheitsgrad der Hochschule Pforzheim scheint bei großen Firmen in der Region sehr gut zu sein. Bei Klein- und Mittelständischen Unternehmen (KMU) in der Region und bei Firmen deutschlandweit ist die Hochschule weitgehend unbekannt, obwohl sie im Hochschulranking eine gute Platzierung aufweist. Die Hochschule sollte ihre Marketingstrategie auf der Basis ihres eigenen Anspruchs überprüfen und ggfs. zusätzliche Maßnahmen implementieren. (Monitum 3)

Die Betreuung der Student/innen in der Praxisphase und die Unterstützung bei der Kontaktaufnahme mit Arbeitgebern in der Region zu bekommen, bilden eine gute Basis, um Zugang zum Arbeitsmarkt zu bekommen. Die Hochschule betreibt eine Online-Börse in der Unternehmen vakante Stellen inserieren. Sie veranstaltet auch einen „Campus X“ mit Unternehmen, um den Kontakt zwischen Student/innen und potenziellen Arbeitgebern herzustellen. Die Betreuung und die Kontakte zu Unternehmen scheinen weitgehend aufgrund der persönlichen Kontakte der Professoren zustande zu kommen.

#### **4. Ressourcen**

Bei den Bachelorstudiengängen wird nach Angaben der Hochschule der Großteil der Lehre, der sich in den studiengangübergreifenden Modulen widerspiegelt, in die unterschiedlichen Studiengänge importiert, während die jeweiligen Schwerpunkte spezifisch mit den hier aufgeführten Ressourcen abgedeckt werden sollen.

Im **Bachelorstudiengang „BW/International Business“** sollen fünf Professuren Lehrleistung erbringen.

Dem **Bachelorstudiengang „BW/ International Marketing“** sind eine Professur sowie Mitarbeiter/innenstellen und eine Lehrbeauftragte zugeordnet. Der Studiengang soll die übrige Lehrleistung importieren.

Dem **Bachelorstudiengang „ BW/ Controlling, Finanz- und Rechnungswesen“** sind 5 Professor/innen im Studienschwerpunkt und eine halbe akademische Mitarbeiterstelle zugeordnet. Eine Professorenstelle und die akademische Mitarbeiterstelle laufen während des anstehenden Akkreditierungszeitraums aus.

Der **Masterstudiengang „Controlling, Finance and Accounting“** wird nach Angaben der Hochschule primär von den Lehrenden des fachlich passenden Bachelorstudiengangs getragen.

Der **Masterstudiengang „Innovatives Dienstleistungsmarketing“** wird von 5 professoralen Stellen des Studienschwerpunkts BW/ Marketing abgedeckt, eine Stelle wurde zum WS 2013/14 neu besetzt.

Laut Hochschule besuchen die Dozentinnen und Dozenten der Studiengänge regelmäßig Fortbildungsveranstaltungen berufsständischer Organisationen.

Die Hochschule gibt an, genügend Hörsaal- und Unterrichtsraumkapazitäten zur Verfügung zu stellen. Es sollen den Studierenden Computerarbeitsplätze und Arbeitsbereiche sowie eine Hochschul- und eine Fachbibliothek zur Verfügung stehen. Im Antrag hat die Hochschule die Ressourcen verschiedener Partnerhochschulen dokumentiert.

### **Bewertung**

Die aktuellen personellen Ressourcen der Fakultät sind in quantitativer wie qualitativer Hinsicht ausreichend, um die Lehre und Betreuung der Studierenden in den Studiengängen zu gewährleisten. Die in den nächsten Jahren frei werdenden Stellen sollen nach Angaben der Hochschule entsprechend wiederbesetzt werden.

Die Einbindung von Lehrbeauftragten aus der Praxis erfolgt in den Studiengängen in einzelnen Wahlpflichtmodulen und durch halbtägige Gastvorlesungen. Die Lehrbeauftragten werden durch persönliche Kontakte gewonnen. Ihre Quote liegt bei 16% des Lehrdeputats.

Professor/innen und Dozent/innen bilden sich nach Angabe der Hochschule fachlich durch entsprechende aktive Teilnahme an Kongressen, wissenschaftlichen Tagungen etc. sowie didaktisch durch Weiterbildungsveranstaltungen des Landes weiter. Neuberufene Professor/innen haben eine/n Mentor/in, der/ die die fachliche und didaktische Entwicklung des/der Kollegen/in betreut. Neu berufene Kolleg/innen sind überdies gehalten, das hochschuldidaktische Einführungsseminar der Geschäftsstelle für Hochschuldidaktik in Karlsruhe zeitnah zu besuchen. Eine besondere Maßnahme zur Sicherung und Steigerung der Qualität der Lehre stellt die Vergabe von „Lehrpreisen der Fakultät“ durch die Zentrale Studienkommission der Fakultät dar. Ein umfassendes (d.h. hochschulweites) Konzept zur Weiterbildung der Professoren wird nach Angabe der Hochschule noch entwickelt.

Die sachliche und räumliche Ausstattung der Hochschule für die zur Akkreditierung anstehenden Studiengänge kann als gut bezeichnet werden. Die Hochschule ist rund um die Uhr geöffnet, und dieses Angebot wird auch wahrgenommen. Von studentischer Seite wurde ein gewisser Platzmangel in der Bibliothek und für studentische Arbeitsgruppen bemängelt. Die Hochschule hat hierauf den Online-Zugang in der Bibliothek ausgebaut und stellt den Studierenden zusätzliche Räume (z.B. eine ehemalige Hausmeisterwohnung für Arbeitsgruppen zur Verfügung).

## **5. Qualitätssicherung**

Die Hochschule Pforzheim führt nach eigenen Aussagen sowohl studiengangsbezogene Selbst- und Fremdevaluationen als auch Lehrveranstaltungsevaluationen durch.

Die studiengangsbezogenen Evaluationen liegen demnach in der Verantwortung der jeweiligen Studienkommission und beinhalten u. a. die Befragung der Studierenden und Absolvent/innen. Aus den Ergebnissen wird - laut Hochschule - ein Maßnahmenkatalog erstellt und umgesetzt.

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

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

## **Bewertung**

Die Gutachtergruppe hat den Eindruck gewonnen, dass sich Lehrende wie Studierende engagiert, kontinuierlich und erfolgreich an der Weiterentwicklung der Studienbedingungen und -programme sowohl im bestehenden Qualitätsmanagementsystem der Hochschule wie darüber hinaus auf informellem Wege beteiligen.

Die Ergebnisse des umfassenden hochschulinternen Qualitätsmanagements der Hochschule Pforzheim gehen in die Weiterentwicklung von Studiengängen ein. Die Evaluationen und die Ergebnisse aus den Diskussionen mit den dezentralen Studiengangskommissionen haben zu nachgewiesenen Verbesserungen in der Studienorganisation bzw. den Curricula geführt, beispielsweise zur Einführung des „Fast Tracks“ oder zur Änderungen einer Studiengangsbezeichnung.

In diesem Zusammenhang ist insbesondere die Weiterentwicklung der Studiengänge BW/Controlling (B.Sc.), Finanz- und Rechnungswesen (B.Sc.) sowie Controlling, Finance and Accounting (M.A.) positiv hervorzuheben. In beiden Studiengängen wurde seit der letzten Akkreditierung auf Basis der Ergebnisse von Evaluationen, Evaluierungsworkshops, Treffen der Studierendenkommissionen etc. das jeweilige Curriculum angepasst. Alle Änderungen werden als sinnvoll erachtet und belegen die qualitative Weiterentwicklung beider Studiengänge.

Die Hochschule Pforzheim sichert die Qualität der mit einem obligatorischen Double Degree verbundenen Curriculumsanteile (Bachelor BW/ International Marketing) durch mehrere Maßnahmen. So sind alle Partnerhochschulen bereits international akkreditiert oder aber befinden sich in einem internationalen Akkreditierungsverfahren (z.B. EQUIS, AACSB) und gehören dem NIBES-Netzwerk(Network of International Business and Economic Schools) an. Besondere Aufmerksamkeit liegt auf der curricularen Übereinstimmung zwischen der Hochschule Pforzheim und der Partnerhochschule. Die „dezentrale Studienkommission“ des Studiengangs BW/ International Marketing befasst sich mit Fragen der Studienorganisation und der Qualitätssicherung mit den Partnerhochschulen.

Eine systematische Workloaderhebung liegt bisher noch nicht in allen Studiengängen vor. Nach eigenen Aussagen des Fachbereichs Wirtschaft und Recht werden Workloadfragen jedoch regelmäßig in den dezentralen Studierendenkommissionen angesprochen. In den Master-Studiengängen sind die Workloaderhebungen regelmäßig Thema der Evaluationsworkshops. Darüber hinaus ist geplant, das Thema Workload in die Evaluationen der Lehrveranstaltungen aufzunehmen.

## **Zu den Studiengängen**

### **1. Profil und Ziele der Studiengänge**

Die Bachelorstudiengänge an der Fakultät „Wirtschaft und Recht“ besitzen nach Angabe der Hochschule aufgrund der gemeinsamen Studieninhalte sowohl gemeinsame, studiengangsübergreifende Lernziele (bezogen auf die Betriebswirtschaft) sowie studiengangsspezifische Lernziele (bezogen auf die jeweilige fachliche Ausrichtung).

Als **studiengangsübergreifende Lernziele** sind formuliert:

- Fachwissen in den Bereichen Betriebswirtschaftslehre, Volkswirtschaftslehre, Quantitative Methoden und Recht,
- Nutzung von Informationstechnik,

- Kritisches Denken und analytische Fähigkeiten,
- Ethisches Bewusstsein,
- Kommunikationsfähigkeit,
- Teamfähigkeit.

**Studiengangsspezifische Lernziele im Studiengang „BW/International Business“ (B.Sc.):**

- Die Studierenden sollen auf betriebswirtschaftliche Aufgaben in deutsch-, englisch- und französisch- oder spanischsprachigen Ländern vorbereitet werden.

**Studiengangsspezifische Lernziele im Studiengang „BW/International Marketing“ (B.Sc.):**

- Fachwissen in internationalem Marketing: Die Studierenden sollen über fundiertes Wissen, Methoden und Werkzeug im Bereich internationales Marketing verfügen und dieses auf neue Problemstellungen in internationalem Umfeld anwenden können.

**Studiengangsspezifische Lernziele im Studiengang „BW/Controlling, Finanz- und Rechnungswesen“ (B.Sc.) :**

- Controlling-Kompetenz: Die Studierenden haben vertiefte Kenntnisse der Controllingaufgaben und -instrumente und können entsprechende Fach- und Führungsaufgaben in Unternehmen erfolgreich wahrnehmen.
- Finanzmanagement-Kompetenz: Die Studierenden verfügen über umfangreiche Kenntnisse in den Aufgaben und Instrumenten der Unternehmensfinanzierung, um entsprechende Tätigkeiten in Unternehmen ausüben zu können.
- Rechnungslegungs-Kompetenz: Die Studierenden verfügen über umfangreiche Kenntnisse in der Rechnungslegung nach deutschen Handels- und steuerrechtlichen Vorschriften sowie nach den Vorgaben der International Financial Reporting Standards (IFRS).

**Studiengangsspezifische Lernziele im Studiengang „Controlling, Finance and Accounting“ (M.A.):**

- Fachwissen Controlling/ Accounting/ Finance: Die Studierenden sind in der Lage, die Aufgaben des Controllings/ Accountings/ Finance in Fach- und Führungsfunktionen international tätiger Unternehmen wahrzunehmen.
- Analytische Fähigkeiten und Kommunikationsfähigkeit: Die Studierenden sind zum kritischen Denken fähig und verfügen über analytische Kompetenz zur Lösung theoretischer und praktischer Probleme.

**Studiengangsspezifische Lernziele im Studiengang „Innovatives Dienstleistungsmarketing“ (M.A.) :**

- Führungskompetenzen: Die Studierenden können theoretische Modelle auf die Mitarbeiterführung in Dienstleistungsunternehmen anwenden.
- Fachkompetenzen (Methodik-Theorie Kompetenz, Technologie und Analytische Kompetenz): Die Studierenden sind in der Lage, grundlegende Vorgehensweisen und Methoden anzuwenden mit dem Ziel Entwicklungen in Dienstleistungsmärkten zu klassifizieren und zu analysieren, um dienstleistungsspezifische Marketingkonzeptionen zu erstellen.
- Projektmanagement- und Problemlösungskompetenz: Die Studierenden sind in der Lage, reale Marketingprobleme innerhalb von Projekten zu lösen.
- Soziale, kommunikative und Teamfähigkeitskompetenz: Die Studierenden sind in der Lage mit anderen effektiv in Gruppen zusammen zu arbeiten und zeigen Verantwortung für ihre Handlungen.

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

Die Wichtigkeit der Thematik „Ethik und Gesellschaftliche Verantwortung“ soll durch die Selbstverpflichtung auf die „Principles of Responsible Management Education“ der UN dokumentiert werden sowie durch das Wahlpflichtmodul „Ethik und Gesellschaftliche Verantwortung“. Die Hochschule strebt an, im gesamten Curriculum Aspekte der Wirtschafts- und Unternehmensethik zu thematisieren.

Der **Bachelorstudiengang „BW/International Business“** soll über ein ausgeprägtes internationales Profil verfügen. Die Studierenden sollen u. a. ein obligatorisches Auslandssemester absolvieren und haben die Optionen ein Auslandspraktikum zu machen sowie ein Double Degree zu erwerben. Die studiengangübergreifende internationale Ausrichtung in Form von Modulen wie „Internationale Wirtschaftsbeziehungen“ und „Interkulturelle Kommunikation“ sind nach Angaben der Hochschule gleichfalls vorgesehen. Das obligatorische Auslandssemester ist für das sechste Semester vorgesehen. Es kann auch – im Tausch mit dem Praxissemester – auf das fünfte Semester vorgezogen werden.

Der **Bachelorstudiengang „BW/International Marketing“** ist gemäß Angaben des Selbstberichts als obligatorisches Double Degree-Programm konzipiert. Die Studierenden verbringen neben den vier Semestern an der Hochschule Pforzheim und dem Praxissemester zwei Semester an einer von sieben ausländischen Partnerhochschulen in Frankreich, Portugal, Slowenien, Peru, Mexiko oder Indonesien. Umgekehrt wird der Bachelor-Grad der Hochschule Pforzheim an Studierende der Partnerhochschulen verliehen, die an ihrer Heimathochschule in einem mindestens dreisemestrigen Studium Kompetenzen erworben haben, die den Studieninhalten des Pforzheimer Studiums äquivalent sind. Die Studierenden der Partnerhochschule müssen ein zweisemestriges Präsenzstudium an der Hochschule Pforzheim absolvieren, müssen ein Praxissemester nachweisen und eine Bachelorthesis verfassen, um den deutschen Bachelorabschluss zu erlangen. Die zu belegenden Module sind nach Angaben des Selbstberichts in den Studien- und Prüfungsordnungen für alle Partnerhochschulen verbindlich festgelegt und die Voraussetzungen für die Vergabe des Double Degrees in Verträgen zwischen den Partneruniversitäten geregelt (siehe auch Kapitel Qualitätssicherung).

Der **Bachelorstudiengang „BW/Controlling, Finanz- und Rechnungswesen“** beinhaltet ein obligatorisches Auslandsmodul im Umfang von mindestens 10 Wochen. In Kooperation mit der University of Hull soll die Möglichkeit bestehen, einen Doppelabschluss zu erlangen. Diverse Studieninhalte sind explizit international ausgerichtet.

Für alle Bachelorstudiengänge ist **Voraussetzung für die Immatrikulation** das Vorliegen der allgemeinen Hochschulreife, der fachgebundenen Hochschulreife, der Fachhochschulreife oder einer von einer staatlichen Stelle als gleichwertig anerkannten Zugangsberechtigung. Darüber hinaus gelten bei allen Bachelorstudiengängen spezielle Auswahlverfahren, bei denen die Kriterien Mathematiknote der Hochschulzugangsberechtigung und studiengangsrelevante Sprachkenntnisse berücksichtigt werden. Hieraus werden eine Durchschnittsnote und eine Rangliste ermittelt. Das Auswahlverfahren ist in der Zulassungssatzung für die Bachelorstudiengänge der Hochschule Pforzheim geregelt.

Der **Masterstudiengang „Controlling, Finance and Accounting“** enthält nach Angaben der Hochschule sowohl ein englischsprachiges Angebot an Modulen als auch international ausgerichtete Inhalte. Es existieren Double Degree Abkommen mit zwei französischen Hochschulen und die Möglichkeit ein Auslandssemester an einer ausländischen Hochschule zu verbringen.

Der **Masterstudiengang „Innovatives Dienstleistungsmarketing“** bietet nach Angaben der Hochschule die Möglichkeit, verschiedene Module in englischer Sprache zu belegen. Des Weiteren besteht ein Double Degree Abkommen mit einer französischen Hochschule.

Die **Zulassungsvoraussetzungen** fordern von den Bewerber/innen beider Masterstudiengänge ein abgeschlossenes Hochschulstudium mit wirtschaftswissenschaftlicher oder vergleichbarer Ausrichtung (Abschluss mit Note „gut“ oder besser). Sprachlich werden Deutschkenntnisse auf dem Niveau C1 (für ausländische Studierende) und Englischkenntnisse auf dem Niveau B2 des Europäischen Referenzrahmens vorausgesetzt. Bei Bewerbern mit weniger als 210 CP müssen im Laufe des Masterstudiums zusätzliche Module belegt werden, so dass der Abschluss des Masters mit insgesamt 300 CP erreicht wird. Das Auswahlverfahren ist in der Zulassungssatzung für die Masterstudiengänge der Hochschule Pforzheim geregelt.

## **Bewertung**

### **Bachelorstudiengang „BW/International Business“**

Der Bachelorstudiengang „BW/International Business“ (B.Sc.) weist ein klares und in sich schlüssiges Profil auf. Der Studiengang ist durch seine internationale Ausrichtung geprägt und beinhaltet in seinen Qualifikationszielen sowohl fachliche als auch überfachliche Aspekte. Der Studiengang zielt auf eine dem Bachelor-Niveau entsprechende wissenschaftliche Befähigung ab.

Der Studiengang bietet in mehreren Modulen ausreichend Ansatzpunkte, die Persönlichkeitsentwicklung und die Befähigung zum zivilgesellschaftlichen Engagement zu fördern, wobei die Möglichkeiten hierzu im Rahmen eines Studiengangs naturgemäß begrenzt sind.

Die internationale Ausrichtung zeigt sich sowohl in der inhaltlichen Ausrichtung einer Vielzahl von Modulen, als auch in der Betonung der fremdsprachlichen Kompetenz und dem obligatorischen Auslandssemester (Näheres hierzu findet sich unter „Qualität des Curriculums“).

Es bestehen Kooperationen mit einer Vielzahl von Hochschulen weltweit. Darüber hinaus besteht auch die Möglichkeit des Erwerbs eines Doppelabschlusses.

Allerdings könnte der Anteil der Studierenden, die ihre Praxisphase im Ausland absolvieren, mit Hinblick auf die internationale Ausrichtung des Studiengangs noch weiter gesteigert werden. (Monitum 9) Auch der Austausch auf Dozentenebene bietet noch Steigerungspotenziale. Ab WS 2014/15 gelten für diesen Studiengang eine neue Satzung für die Aufnahmeprüfung zur Feststellung der fachspezifischen Studierfähigkeit und das Auswahlverfahren sowie eine neue Zulassungsrichtlinie bezüglich der geforderten fremdsprachlichen Kompetenzen.

Die Zugangsvoraussetzungen sind transparent formuliert, dokumentiert und veröffentlicht. Sie sind bezogen auf die Anforderungen, die im Studienprogramm gestellt werden, sinnvoll konzipiert.

Das Auswahlverfahren ist transparent, und die zur Anwendung kommenden Kriterien sind dem Studienprogramm angemessen.

### **BW International Marketing (B.Sc.)**

Das Profil des Studiengangs ist durch eine klare und starke internationale Ausrichtung gekennzeichnet. Dies dokumentiert sich nachhaltig in der Konzeption als Double Degree-Programm in Kooperation mit anerkannten ausländischen Universitäten. Mit den entsprechenden Universitäten bestehen seit Jahren intensive und gute Beziehungen. Die Anzahl von sieben ausländischen Partneruniversitäten und deren Verteilung auf unterschiedliche Länder und Kulturkreise erlaubt auch die Berücksichtigung von kulturellen Interessen der Studierenden.

Die Qualifikationsziele sind eindeutig dargelegt und überzeugend auf eine spätere Tätigkeit im Bereich des Internationalen Marketings ausgerichtet. Dabei beinhalten diese sowohl die notwen-

digen fachlichen als auch überfachlichen Aspekte. Im Rahmen des Studiengangs werden darüber hinaus auch die Persönlichkeitsentwicklung und die Befähigung zum zivilgesellschaftlichen Engagement angemessen gefördert.

Die Zugangsvoraussetzungen sind transparent formuliert, dokumentiert und veröffentlicht. Hinsichtlich des durchgeführten und aufwendigen Auswahlverfahrens erscheint vor dem Hintergrund der relativ hohen Abbrecherquote eine kritische und fundierte Überprüfung des Verfahrens im Interesse der Hochschule und der Studierenden empfehlenswert. (Monitum 7)

### **Innovatives Dienstleistungsmarketing (M.A.)**

Das Profil des Masterstudiengangs „Innovatives Dienstleistungsmarketing“ (M.A.) ist aufgrund der heterogenen Branchen und Berufsbilder eher breit angelegt. Es weist Führungs- und Fachkompetenzen auf. Führungskompetenzen erscheinen angemessen, da im Dienstleistungsbereich das Marketing und die Mitarbeiterführung untrennbar miteinander verbunden sind. Zu den angestrebten Fachkompetenzen zählen analytische und methodische Kompetenzen sowie Projektmanagement- und Problemlösungskompetenz. Diese Ziele sind Bestandteil eines Masterprogramms und können ebenfalls als angemessen angesehen werden. Die angestrebten sozialen und kommunikativen Ziele gelten für alle Programme und sind damit auch für diesen Studiengang relevant.

Insgesamt orientiert sich das Programm an den von der Hochschule vorgegebenen Zielen, beinhaltet fachliche und überfachliche Teilziele und zielt auf eine wissenschaftliche Ausbildung ab. Die Persönlichkeitsentwicklung und ihre Befähigung zum zivilgesellschaftlichen Engagement werden durch die im Studiengang angewendeten Lehr- und Lernmethoden gefördert, die sehr stark auf Engagement und Beiträgen der Studierenden basieren. Ethische Aspekte sind Bestandteil des Curriculums der Module „Strategie des Dienstleistungsmarketings“ und „Innovations- und Akzeptanzforschung“.

Im Zuge der Erstakkreditierung wurde der zunächst mit „Service Marketing“ bezeichnete Studiengang in „Dienstleistungsmanagement“ umbenannt. Mit der Reakkreditierung beantragt die Hochschule Pforzheim die Umbenennung in „Innovatives Dienstleistungsmarketing“. Die Gutachtergruppe stimmt dieser Bezeichnung zu, da der Begriff Marketing im Hinblick auf die Rekrutierung und Karriere der Absolvent/innen profilbildender erscheint. Auch der Zusatz „innovativ“ ist nach Ansicht der Gutachtergruppe angemessen, da diese Bezeichnung auf neuere Entwicklungen, insbesondere im Bereich der technologieorientierten Dienstleistungen, hinweist und auch die aktuellen Methoden und Ansätze im Marketing Bestandteil des Curriculums sind. Insgesamt ist die Umbenennung nachvollziehbar, erscheint geeignet und wird durch das Curriculum unterstützt.

Die Zugangsvoraussetzungen sind transparent und dokumentiert und erscheinen zielführend. Das Gleiche gilt für die Auswahlverfahren. Es besteht die Möglichkeit für Bewerber/innen aus Bachelorstudiengängen mit weniger als 210 ECTS, durch Absolvierung zusätzlicher Kurse zugelassen zu werden.

Die Anzahl der Bewerber/innen für diesen Masterstudiengang liegt seit Jahren auf dem konstanten Niveau von 50 bis 60 Bewerber/innen für insgesamt 18 verfügbare Studienplätze. Berücksichtigt man, dass nicht jede/r Bewerber/in alle Voraussetzungen erfüllt und nicht jede/r Zugelassene den Studienplatz annimmt, so erscheint eine Bewerber/Studienplatzquote von 3,2 gering. Im Hinblick auf die Ziele und das Erfolgsprofil des Studiengangs kann daher empfohlen werden, die Bewerberzahl zu steigern, um aus dem Bewerberpool die am besten geeigneten Kandidat/innen auswählen zu können. (Monitum 16)



## **Studiengänge BW/Controlling, Finanz- und Rechnungswesen (B.Sc.) sowie**

### **Controlling, Finance and Accounting (M.A.)**

#### **Studiengangsziele**

Die Ziele und das Profil der beiden aufeinander aufbauenden Studiengänge sind klar und transparent formuliert. Die Lernziele beinhalten sowohl fachliche als auch überfachliche Qualifikationsaspekte. Die Studiengänge sind dazu geeignet, die Absolvent/innen auf die Erfordernisse des Arbeitsmarktes vorzubereiten und darüber hinaus gesellschaftlichen Ansprüchen gerecht zu werden.

Die Zulassungsvoraussetzungen sind dokumentiert und veröffentlicht. Die recht aufwändigen Auswahlverfahren sollen sicherstellen, dass die Studierenden die Anforderungen der Studiengänge bewältigen können.

Der Master-Studiengang ist klar konsekutiv auf den von der Hochschule angebotenen Bachelor-Studiengang der gleichen Fachrichtung aufgebaut. Es werden daher, auch für externe Studienplatzbewerber, einschlägige Kenntnisse in Controlling, Finanz- und Rechnungswesen vorausgesetzt. Diese vorausgesetzten Kenntnisse werden jedoch nicht genauer spezifiziert. Externen Bewerbern mit Wissensdefiziten in einzelnen Bereichen werden bestimmte, einschlägige Bachelor-Fächer zum Besuch empfohlen. Dies wird jedoch nicht zur Auflage gemacht.

Die Zulassungsvoraussetzungen zum Masterstudiengang „Controlling, Finance and Accounting“ sollten konkreter formuliert werden, damit ein einheitliches Eingangsniveau für alle Master-Studierenden sichergestellt werden kann. (Monitum 13)

## **2. Qualität der Curricula**

Das Studium der Bachelorstudiengänge besteht aus insgesamt 20 studiengangsübergreifenden Modulen, die nach Angaben der Hochschule nach Sachkriterien zu Schwerpunkten zusammengefasst sind und sich über sieben Semester erstrecken. Das Studium umfasst insgesamt 210 Leistungspunkte, von denen 150 CP auf studiengangsübergreifende Module entfallen, die auch in anderen Bachelorstudiengängen der Fakultät verwendet werden. Diese Module lassen sich spezifischen Schwerpunkten zuordnen:

- Betriebswirtschaftslehre (49 LP)
- Volkswirtschaftslehre (20 LP)
- Recht (11 LP)
- Quantitative Methoden (15 LP)
- Allgemeine Handlungskompetenz/Ethik und Gesellschaftliche Verantwortung (10 LP)
- Praxissemester (28 LP)
- Fachwissenschaftliches Kolloquium (2 LP), mündliche Bachelorprüfung (3 LP), Bachelor-Thesis (12 LP)

Im Studienverlauf nimmt der Anteil der jeweiligen fachspezifischen Module zu.

Im **Bachelorstudiengang „BW/ International Business“** sind nach Angaben der Hochschule zehn spezifische Module (60 CP) wie „Wirtschaftskommunikation in internationalem Umfeld“ oder „Einführung in international Business“ vorgesehen.

Im **Bachelorstudiengang „BW/ International Marketing“** sollen aufgrund des obligatorischen zweisemestrigen Auslandsaufenthalts nicht wie bei allen anderen Bachelorstudiengängen 150 CP im studiengangübergreifenden Teil erbracht werden, sondern 139 CP studiengangübergreifend und 71 CP in elf studiengangsspezifischen Modulen, wie z. B. „Fundamentals of Marketing“, „Fundamentals of Marketing Research“ oder „Forecasting for Decision Making“. Das vierte und fünfte Semester des Studiengangs muss nach Angaben der Hochschule an einer von sieben europäischen Partnerhochschulen verbracht werden.

In den zwei Semestern, die von den Pforzheimer Studierenden an der jeweiligen Partnerhochschule verbringen, sollen Module im Umfang von 61 CP belegt werden, die sich an den Modulen orientieren sollen, die auch in Pforzheim belegt werden. Die ausländischen Studierenden der Partnerhochschulen belegen in Pforzheim Module im Umfang von 60 CP und haben die Möglichkeit das Praxissemester in Deutschland zu absolvieren. Wie in allen anderen Bachelorstudiengängen soll im sechsten Semester das Praxissemester stattfinden. Dieses soll sowohl im Ausland als auch in Inland abgeleistet werden können.

Im **Bachelorstudiengang „BW/ Controlling, Finanz- und Rechnungswesen“** umfasst der Studienschwerpunkt von 60 CP die zehn Module „Grundlagen des Controllings“, „Kostenmanagement“, „IT in Rechnungswesen und Controlling“, „Gesellschaftsrecht“, „Rechnungslegung“ I und II, Seminare, „Finanzanalyse und Finanzmanagement“, Wahlpflichtfächer und „Unternehmenssteuerung“.

Die curriculare Struktur des **Masterstudiengangs „Controlling, Finance and Accounting“** umfasst nach Angaben der Hochschule je zwei Pflichtmodule aus den Schwerpunkten Accounting, Controlling und Finance im Umfang von insgesamt 37 Credits, ein Pflichtmodul im General Management im Umfang von 9 Credits sowie ein Wahlpflichtmodul im Bereich Informationsmanagement im Umfang von 6 Credits. Eine Schwerpunktsetzung nach individuellen Präferenzen ist im Rahmen des Moduls Projektarbeit/ Fallstudien (9 Credits), des Wahlpflichtmoduls (9 Credits) sowie der Thesis (20 Credits) möglich.

Im **Masterstudiengang „Innovatives Dienstleistungsmarketing“** umfasst die curriculare Struktur des Studiengangs nach Angaben der Hochschule die neun Module „Grundlagen des Dienstleistungsmarketing“, „Strategien des Dienstleistungsmarketings“, „Personalmanagement“, „Innovationsmanagement“, Technologien des Dienstleistungsmarketings“, „Informationsbasierte Entscheidungsfindung“, ein Projekt, Wahlpflichtfächer im Umfang von 6 Credits und die Masterthesis im Umfang von 30 Credits.

## **Bewertung**

### **Bachelorstudiengang „BW/International Business“ (B.Sc.)**

Das Curriculum ist schlüssig aufgebaut. Es deckt die zentralen Bereiche „Betriebswirtschaftslehre“, „Volkswirtschaftslehre“, „Recht“ und „Quantitative Methoden“ ab. Daneben beinhaltet es auch „Allgemeine Handlungskompetenz, Ethik und gesellschaftliche Verantwortung“. Weitere 60 Credits sind für „International Business“, bestehend aus 10 Modulen, reserviert.

Durch die vorgesehenen Module werden Fachwissen und fachübergreifendes Wissen sowie fachliche, methodische und allgemeine bzw. Schlüsselkompetenzen vermittelt. Das Curriculum entspricht den Anforderungen, die im „Qualifikationsrahmen für deutsche Hochschulabschlüsse“ für das Bachelorniveau definiert werden.

Seit der Erstakkreditierung sind mit der Einführung der neuen Studien- und Prüfungsordnung zum WS 2012/13 einige Änderungen am Curriculum vorgenommen worden. Diese betreffen sowohl den studiengangübergreifenden Teil des Curriculums als auch studiengangsspezifische Komponenten. Diese Änderungen bestehen im Wesentlichen in der Einführung neuer Module, der Verschiebung einzelner Module zwischen den Semestern sowie der Anpassung der Credits. Beson-

ders hervorzuheben ist an dieser Stelle die Einführung eines obligatorischen Auslandsstudiensemesters im 6. Semester („Mobilitätsfenster“). Diese Änderungen sind transparent und nachvollziehbar.

Die Lehrveranstaltungen weisen mit Vorlesungen, Seminaren, Übungen und Diskussionen ein breites Spektrum auf. Diese passen zu den jeweiligen Modulen. Für jedes Modul ist i.d.R. eine Modulprüfung vorgesehen. Die wenigen Abweichungen sind begründet und nachvollziehbar. Die Prüfungsformen reichen von Klausuren und Hausarbeiten über mündliche Prüfungen bis hin zu Projektarbeiten und einer Bachelor-Thesis. Diese Prüfungsformen passen zu den jeweils zu vermittelnden Kompetenzen. Damit ist sichergestellt, dass jeder Studierende im Verlauf des Studiums ein angemessenes Spektrum an Prüfungsformen kennen lernt. Die Module sind vollständig im Modulhandbuch dokumentiert. Die Verantwortung für das Modulhandbuch liegt bei den Studiengangs- und Fachgebietenleitern sowie den jeweiligen Modulverantwortlichen. Sobald Änderungen abzusehen sind, werden die Beschreibungen aktualisiert. Die Studierenden können jederzeit auf die aktuellste Fassung des Modulhandbuchs über das Internet zugreifen.

~~Durch das Angebot eigener Module für die „Incomings“ kommt deren Integration etwas zu kurz. Hier sollte in Zukunft auf eine stärkere Durchmischung der Teilnehmer/innen in verschiedenen Modulen geachtet werden. (Monitum 8)~~

### **BW/ International Marketing (B.Sc.)**

Das Curriculum für den Studiengang ist neben den beiden obligatorischen Auslandssemestern im fünften und sechsten Semester an einer der sieben ausländischen Partneruniversitäten dadurch gekennzeichnet, dass das siebte Semester als Praxissemester konzipiert ist und dass im ersten und zweiten Semester grundlegende wirtschaftswissenschaftliche Inhalte studiengangsübergreifend vermittelt werden.

Die entsprechenden Module des Studiengangs bzw. die Inhalte der Veranstaltungen umfassen die relevanten fachlichen und fachübergreifenden Inhalte und vermitteln die notwendigen fachlichen, methodischen und allgemeinen Schlüsselkompetenzen in überzeugender Form. Dabei entspricht das Curriculum den Anforderungen, die im „Qualifikationsrahmen für deutsche Hochschulabschlüsse“ für den Abschluss Bachelor definiert werden.

In Bezug auf Lehr-, Lern- und Prüfungsformen sowie die Modulbeschreibungen sind die Kriterien zur Akkreditierung erfüllt. Die Lehr- und Lernformen sind adäquat und die Prüfungsformen passen zu den zu vermittelnden Kompetenzen. Darüber hinaus ist sichergestellt, dass die Studierenden im Verlauf des Studiums ein angemessenes Spektrum an Prüfungsformen kennen lernen. Die Module des Studiengangs sind vollständig im Modulhandbuch dokumentiert und das jeweils aktuelle Modulhandbuch ist den Studierenden zugänglich.

Aufgrund der internationalen Ausrichtung des Studiengangs erscheint es wünschenswert, dass der bisher relativ niedrige Anteil von Studierenden, die das Praxissemester im Ausland verbringen, erhöht wird. ~~Empfehlenswert erscheint auch, dass Studierende der ausländischen Partneruniversitäten (Incomings) verstärkt gemeinsame Veranstaltungen mit den Studierenden des Studiengangs haben bzw. der Anteil von speziellen Veranstaltungen nur für ausländische Studierende der Partneruniversitäten an der Hochschule Pforzheim reduziert wird.~~

### **Innovatives Dienstleistungsmarketing (M.A.)**

Das Curriculum des Masterstudiengangs „Innovatives Dienstleistungsmarketing“ ist schwerpunktmäßig auf Wissensvertiefung/Wissensverbreiterung ausgerichtet. Die Module bilden inhaltlich den Schwerpunkt des Dienstleistungsmarketing und der angrenzenden Bereiche in geeigneter Form ab. Die unterschiedlichen Kompetenzen, die im Laufe des Studiums intensiviert und

verbessert werden sollen, werden in einer Alignment-Matrix dargestellt. Neben der fachlichen Kompetenz nehmen die instrumentalen, systemischen und kommunikativen Kompetenzvermittlungen eine wichtige Position ein. Das Curriculum entspricht damit den Anforderungen an das Qualifikationsniveau von Masterstudiengängen.

Allerdings wurde bei der Begehung deutlich, dass die Studierenden im Rahmen ihres Studiums zwar ein Projekt durchführen, mit den theoretischen Grundlagen des Projektmanagement jedoch nicht vertraut gemacht werden. Hier sollte die Vermittlung theoretischer Grundlagen in das Modul integriert werden. Zudem fehlt bei genauerer Betrachtung aller Module eine Auseinandersetzung mit dem Bereich des Prozessmanagements. Da dieses einen zentralen Bestandteil der sieben „P's“ des Dienstleistungsmarketings darstellt und insbesondere in komplexeren Dienstleistungen die Prozesse zentral sind, regt die Gutachtergruppe an, die theoretische Auseinandersetzung mit den Inhalten des Prozessmanagements in das Curriculum zu integrieren. (Monitum 15)

Zudem konnten Unklarheiten zu den angebotenen Wahlpflichtfächern und dem Turnus des Angebots vor Ort nicht ausgeräumt werden. Es muss eindeutig aus studiengangsrelevanten Dokumenten hervorgehen, welche Wahlpflichtfächer in welchem Turnus angeboten werden. (Monitum 14)

Überdies sollte die Bekanntmachung so frühzeitig erfolgen, dass Bewerber/innen sich bei der Auswahl eines Studiengangs bereits danach richten können.

In den Modulbeschreibungen werden unterschiedliche Prüfungsformen ausgewiesen, die geeignet erscheinen, die vermittelten Kompetenzen abzuprüfen. Gleichzeitig sind sie vielseitig ausgelegt, so dass sichergestellt wird, dass jeder Studierende ein breites Spektrum an Prüfungsformen absolviert.

Alle Module sind im Modulhandbuch umfassend dokumentiert. Die letzte Änderung erfolgte im Januar 2014. Das Modulhandbuch ist den Studierenden im Internet zugänglich.

Ein Mobilitätsfenster ist in diesem Masterstudiengang nicht explizit vorgesehen, Auslandsaufenthalte sind jedoch möglich.

## **Studiengänge BW/Controlling, Finanz- und Rechnungswesen (B.Sc.) sowie**

### **Controlling, Finance and Accounting (M.A.)**

Die Gutachter/innen bewerten die Curricula der beiden Studiengänge positiv. Die Curricula der Studiengänge sind dazu geeignet, die Ziele der Studiengänge zu erreichen. Durch die Verzahnung von fachbezogenen und überfachlichen Inhalten wird es den Studierenden ermöglicht, umfassende Kompetenzen zu erwerben. Die Prüfungsformen passen zu den in den beiden Studiengängen zu vermittelnden Kompetenzen.

Die Module und deren Prüfungsformen sind im Modulhandbuch nachvollziehbar dokumentiert. In einigen (wenigen) Fällen kommt es zu scheinbar inhaltlichen Überschneidungen. Beispielsweise erscheinen die Themen „Balanced Scorecard“, „Wertorientierung“ und „Reporting“ sowohl im Modul „Unternehmenssteuerung“, als auch im Modul „Controlling I“. Es sollte darauf geachtet werden, dass die Inhalte der Module hinreichend präzise formuliert werden, so dass eine eindeutige inhaltliche Abgrenzung der verschiedenen Module deutlich wird. (Monitum 11) Zudem ist auf eine korrekte Bezeichnung der Module im Modulhandbuch des Bachelorstudiengangs (z.B. Controlling I und II) zu achten. (Monitum 12)

Seit der letzten Akkreditierung wurden verschiedene Änderungen an den Curricula sowie an einzelnen Modulen vorgenommen, die alle als sinnvoll erachtet werden.

## **Zusammenfassung der Monita**

### **Monita:**

#### Allgemeine Empfehlungen

- Die studentische Arbeitsbelastung sollte systematischer erhoben werden. (Monitum 1)
- Die Ergebnisse der studentischen Lehrveranstaltungskritik sollten stärker gegenüber den Studierenden kommuniziert werden. (Monitum 2)
- Die Hochschule sollte ihre Marketingstrategie auf der Basis ihres eigenen Anspruchs überprüfen und ggfs. zusätzliche Maßnahmen implementieren. (Monitum 3)

#### **Studiengang BW/ International Marketing (B.Sc.)**

- Eine Reduzierung der Abbrecherquote sollte angestrebt werden. (Monitum 4)
- In den Lehrveranstaltungen sollte eine stärkere Vermischung der Incomings und Outgoings erfolgen. (Monitum 5)
- Studierende sollten Praktika häufiger im Ausland verbringen. (Monitum 6)
- Vor dem Hintergrund der relativ hohen Abbrecherquote sollte eine kritische und fundierte Überprüfung des Auswahlverfahrens erfolgen. (Monitum 7)

#### **Studiengang BW/ International Business (B.Sc.)**

- In den Lehrveranstaltungen sollte eine stärkere Vermischung der „Incomings“ und „Outgoings“ angestrebt werden (Monitum 8)
- Die Voraussetzungen für die Belegung der einzelnen Module sollten eindeutig beschrieben sein (Monitum 9)
- Studierende sollten Praktika häufiger im Ausland verbringen (Monitum 10)

#### **Studiengänge „BW/ Controlling, Finanz- und Rechnungswesen“ (B.Sc.)**

##### **und „Controlling, Finance and Accounting“ (M.A.)**

- Bachelorstudiengang: Die Module „Unternehmenssteuerung“ und „Controlling 1“ sollten inhaltlich besser voneinander abgegrenzt werden (Monitum 11)
- Bachelorstudiengang: Die Bezeichnung der Module Controlling 1 und 2 sollte im Modulhandbuch korrekt verwendet werden (Monitum 12)
- Masterstudiengang: In der Zulassungsordnung sollten die fachspezifischen Vorkenntnisse präzisiert werden (Monitum 13)

#### **Studiengang „Innovatives Dienstleistungsmarketing“ (M.A.)**

- Die Hochschule muss die tatsächlich angebotenen Wahlpflichtfächer und deren Turnus in studiengangsrelevanten Dokumenten deutlich und frühzeitig ausweisen. (Monitum 14)
- Im Curriculum sollten die theoretischen Grundlagen des Prozess- und des Projektmanagements verankert werden. (Monitum 15)
- Die Hochschule sollte sich intensiv um eine Erhöhung der Bewerberzahlen bemühen. (Monitum 16)

## II. Beschlussempfehlung

---

### Kriterium 2.1: Qualifikationsziele des Studiengangskonzepts

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

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

Auf Grundlage der obigen Bewertung wird das Kriterium für alle Studiengänge des Pakets als erfüllt angesehen.

### Kriterium 2.2: Konzeptionelle Einordnung des Studiengangs in das Studiensystem

*Der Studiengang entspricht*

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

Auf Grundlage der obigen Bewertung wird das Kriterium für alle Studiengänge des Pakets als erfüllt angesehen.

### Kriterium 2.3: Studiengangskonzept

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

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

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

*Die Studienorganisation gewährleistet die Umsetzung des Studiengangskonzeptes.*

Auf Grundlage der obigen Bewertung wird das Kriterium für alle Studiengänge des Pakets als erfüllt angesehen.

### Kriterium 2.4: Studierbarkeit

*Die Studierbarkeit des Studiengangs wird gewährleistet durch:*

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

*Die Belange von Studierenden mit Behinderung werden berücksichtigt.*

Auf Grundlage der obigen Bewertung wird das Kriterium für alle Studiengänge des Pakets als erfüllt angesehen.

### **Kriterium 2.5: Prüfungssystem**

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

Auf Grundlage der obigen Bewertung wird das Kriterium für alle Studiengänge des Pakets als erfüllt angesehen.

### **Kriterium 2.6: Studiengangsbezogene Kooperationen**

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

Auf Grundlage der obigen Bewertung wird das Kriterium für alle Studiengänge des Pakets als erfüllt angesehen.

### **Kriterium 2.7: Ausstattung**

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

Auf Grundlage der obigen Bewertung wird das Kriterium für alle Studiengänge des Pakets als erfüllt angesehen.

### **Kriterium 2.8: Transparenz und Dokumentation**

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

Auf Grundlage der obigen Bewertung wird das Kriterium für die Studiengänge „Betriebswirtschaft/ International Business“ (B.Sc.), „Betriebswirtschaft/ International Marketing“ (B.Sc.), „Betriebswirtschaft/ Controlling, Finanz- und Rechnungswesen“ (B.Sc.) und „Controlling, Finance and Accounting“ (M.A.) als erfüllt angesehen.

Auf Grundlage der obigen Bewertung wird das Kriterium für den Studiengang „Innovatives Dienstleistungsmarketing“ (M.A.) mit Einschränkungen als erfüllt angesehen.

Die Gutachtergruppe konstatiert folgenden Veränderungsbedarf:

- Die Hochschule muss die tatsächlich angebotenen Wahlpflichtfächer und deren Turnus in studiengangsrelevanten Dokumenten deutlich und frühzeitig ausweisen.

### **Kriterium 2.9: Qualitätssicherung und Weiterentwicklung**

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

Auf Grundlage der obigen Bewertung wird das Kriterium für alle Studiengänge des Pakets als erfüllt angesehen.

### **Kriterium 2.10: Studiengänge mit besonderem Profilanspruch**

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

Das Kriterium entfällt.

### **Kriterium 2.11: Geschlechtergerechtigkeit und Chancengleichheit**

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

Auf Grundlage der obigen Bewertung wird das Kriterium für alle Studiengänge des Pakets als erfüllt angesehen.

Zur Weiterentwicklung der Studiengänge gibt die Gutachtergruppe folgende Empfehlungen:

Für alle Studiengänge des Pakets:

- Die studentische Arbeitsbelastung sollte systematischer erhoben werden.
- Die Ergebnisse der studentischen Lehrveranstaltungskritik sollten stärker gegenüber den Studierenden kommuniziert werden.
- Die Hochschule sollte ihre Marketingstrategie auf der Basis ihres eigenen Anspruchs überprüfen und ggfs. zusätzliche Maßnahmen implementieren.

Für den Studiengang BW/ International Marketing (B.Sc.):

- Eine Reduzierung der Abbrecherquote sollte angestrebt werden.
- In den Lehrveranstaltungen sollte eine stärkere Vermischung der Incomings und Outgoings erfolgen.
- Studierende sollten Praktika häufiger im Ausland verbringen.
- Vor dem Hintergrund der relativ hohen Abbrecherquote sollte eine kritische und fundierte Überprüfung des Auswahlverfahrens erfolgen.

Für den Studiengang BW/ International Business (B.Sc.):

- In den Lehrveranstaltungen sollte eine stärkere Vermischung der „Incomings“ und „Outgoings“ angestrebt werden.
- Die Voraussetzungen für die Belegung der einzelnen Module sollten eindeutig beschrieben sein.
- Studierende sollten Praktika häufiger im Ausland verbringen.

Für die Studiengänge „BW/ Controlling, Finanz- und Rechnungswesen“ (B.Sc.) und „Controlling, Finance and Accounting“ (M.A.):

- Bachelorstudiengang: Die Module „Unternehmenssteuerung“ und „Controlling 1“ sollten inhaltlich besser voneinander abgegrenzt werden.
- Bachelorstudiengang: Die Bezeichnung der Module Controlling 1 und 2 sollte im Modulhandbuch korrekt verwendet werden.
- Masterstudiengang: In der Zulassungsordnung sollten die fachspezifischen Vorkenntnisse präzisiert werden.



### **Studiengang „Innovatives Dienstleistungsmarketing“ (M.A.)**

- Im Curriculum sollten die theoretischen Grundlagen des Prozess- und des Projektmanagements verankert werden.
- Die Hochschule sollte sich intensiv um eine Erhöhung der Bewerberzahlen bemühen.

Die Gutachtergruppe empfiehlt der Akkreditierungskommission von AQAS, die Studiengänge BW/ International Marketing (B.Sc.), BW/ International Business (B.Sc.) „BW/ Controlling, Finanz- und Rechnungswesen“ (B.Sc.) und „Controlling, Finance and Accounting“ (M.A.) ohne Auflagen zu akkreditieren.

Die Gutachtergruppe empfiehlt der Akkreditierungskommission von AQAS, den Studiengang „Innovatives Dienstleistungsmarketing“ an der Hochschule Pforzheim mit dem Abschluss „Master of Arts“ unter Berücksichtigung des oben genannten Veränderungsbedarfs zu akkreditieren.