

Beschluss der FIBAA-Akkreditierungskommission für Programme

107. Sitzung am 05./06. Juli 2018

Projektnummer: 17/125
Hochschule: IST-Hochschule für Management
Standorte: Düsseldorf
Studiengang: Management im Gesundheitswesen (B.A.)
Kommunikationsmanagement (M.A.)
Art der Akkreditierung: Konzeptakkreditierung

Die FIBAA-Akkreditierungskommission für Programme hat im Auftrag der Stiftung zur Akkreditierung von Studiengängen in Deutschland wie folgt beschlossen:

Die Studiengänge werden gemäß Ziff. 3.1.2 i.V.m. Ziff. 3.2.4 i.V.m. 3.2.5 der Regeln des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung i.d.F. vom 20. Februar 2013 unter jeweils einer Auflage für fünf Jahre akkreditiert.

Akkreditierungszeitraum: Wintersemester 2018/19 bis Ende Sommersemester 2023

Bachelor-Studiengang „Management im Gesundheitswesen“ (B.A.)

Auflage:

Die Hochschule weist die Besetzung der Professur „Management im Gesundheitswesen“ genauso wie die der noch nicht besetzten Stellen der Lehrbeauftragten nach. Sie belegt – wo bislang noch nicht geschehen – die hinreichende Qualifikation aller Nachbesetzungen mittels Vorlage der entsprechenden CVs.

[Rechtsquelle: Ziffer 2.7 „Ausstattung“ der Regeln des Akkreditierungsrates]

Die Erfüllung der Auflage ist bis zum 24. August 2018 nachzuweisen.

Das Siegel des Akkreditierungsrates wird vergeben.

Master-Studiengang „Kommunikationsmanagement“ (M.A.)

Auflage:

Die Hochschule weist die Besetzung der Professur „Kommunikationsmanagement“ genauso wie die der noch nicht besetzten Stellen der Lehrbeauftragten nach. Sie belegt – wo bislang noch nicht geschehen – die hinreichende Qualifikation aller Nachbesetzungen mittels Vorlage der entsprechenden CVs

[Rechtsquelle: Ziffer 2.7 „Ausstattung“ der Regeln des Akkreditierungsrates]

Die Auflage ist erfüllt.

Die FIBAA-Akkreditierungskommission für Programme am 21. März 2019.

Das Siegel des Akkreditierungsrates wird vergeben.

Gutachten

Hochschule:

IST-Hochschule für Management

Bachelor/Master-Studiengänge:

Management im Gesundheitswesen (B.A.)

Kommunikationsmanagement (M.A.)

Abschlussgrad:

Bachelor of Arts

Master of Arts

Allgemeine Informationen zu den Studiengängen

Kurzbeschreibung des Studienganges Management im Gesundheitswesen (B.A.)

(MG): Der Studiengang Management im Gesundheitswesen (B.A.) ist ein betriebswirtschaftlicher Studiengang für alle Interessierten, die einen beruflichen Einstieg in die Gesundheitsbranche anstreben und ihr Studium in Form der Fernlehre absolvieren möchten. Der Studiengang möchte durch die Verknüpfung spezifischer, betriebswirtschaftlicher, praktischer und führungsbezogener Inhalte für die Anforderungen von Einstiegs- bzw. Aufstiegspositionen im Management von Unternehmen der Gesundheitsbranche ausbilden.

Kurzbeschreibung des Studienganges Kommunikationsmanagement (M.A.) (KM):

Der Studiengang in Kommunikationsmanagement (M.A.) ist ein wirtschafts- und kommunikationswissenschaftlicher Studiengang für alle Interessierten, die eine berufliche Entwicklung in der nationalen und internationalen Kommunikationsbranche anstreben und ihr Studium in Form der Fernlehre absolvieren möchten. Der Master-Studiengang soll Studierende durch eine interdisziplinäre Managementausbildung für Analyse-, Planungs-, Entwicklungs- und Steuerungsaufgaben für eine Tätigkeit im Kommunikations-Sektor befähigen.

Zuordnung der Studiengänge:

MG: grundständig

KM: konsekutiv

Profiltyp:

KM: anwendungsorientiert

Regelstudienzeit und Umfang der ECTS-Punkte der Studiengänge:

MG: 180 ECTS-Punkte (Vollzeit 6 Semester, Teilzeit 8 Semester, dual: 7 Semester)

KM: 120 ECTS-Punkte (Vollzeit 4 Semester, Teilzeit 6 Semester, dual: 5 Semester)

Studienform:

MG: Fernstudium in Vollzeit, Teilzeit und dual

KM: Fernstudium in Vollzeit, Teilzeit und dual

Double/Joint Degree vorgesehen:

MG: nein

KM: nein

Aufnahmekapazität und Zügigkeit (geplante Anzahl der parallel laufenden Jahrgänge):

MG: 30 Studierende bei bis zu zwei Zügen

KM: 30 Studierende bei bis zu zwei Zügen

Start zum:

Sowohl zum Wintersemester als auch zum Sommersemester

Erstmaliger Start der Studiengänge:

MG: Wintersemester 2018/19

KM: Wintersemester 2018/19

Akkreditierungsart:

MG: Konzeptakkreditierung

KM: Konzeptakkreditierung

Ablauf des Akkreditierungsverfahrens¹

Am 04. Oktober 2017 wurde zwischen der FIBAA und der IST-Hochschule für Management ein Vertrag über die Konzeptakkreditierung der Studiengänge Management im Gesundheitswesen (B.A.) und Kommunikationsmanagement (M.A.) geschlossen. Maßgeblich für dieses Akkreditierungsverfahren sind somit die Regeln des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung i.d.F. vom 20. Februar 2013 und die Ländergemeinsamen Strukturvorgaben für die Akkreditierung von Bachelor- und Masterstudiengängen i.d.F. vom 4. Februar 2010. Am 15.01.2018 übermittelte die Hochschule einen begründeten Antrag, der eine Darstellung der Studiengänge umfasst und das Einhalten der Kriterien für die Akkreditierung von Studiengängen dokumentiert.

Parallel dazu bestellte die FIBAA ein Gutachterteam nach den Vorgaben des Akkreditierungsrates. Sie stellte zur Zusammensetzung des Gutachterteams das Benehmen mit der Hochschule her; Einwände wurden nicht geäußert. Dem Gutachterteam gehörten an:

Prof. Dr. Günther Braun

Universität der Bundeswehr

Fakultät für Wirtschafts- und Organisationswissenschaften

Professor für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre

(Allgemeine BWL, Public Management, Health Care Management, Pharmaökonomie)

Prof. Dr. Norbert Drees

FH Erfurt

Professor für Marketingmanagement und Kommunikation

(Marketingmanagement (insb. Marketingplanung), Markenmanagement, Kommunikation (insb. Sponsoring))

Prof. Dr.-Ing. Jörg M. Haake

FernUniversität Hagen

Professor für Kooperative Systeme

(Knowledge-based Virtual Collaboration Environments, Technology Enhanced Learning and E-Education, Betriebssysteme, computerunterstütztes kooperatives Lernen und Arbeiten)

Prof. Dr. Thomas Kunz

ASW Berufsakademie Saarland e.V.

Studienleiter Betriebswirtschaft

(Allgemeine Betriebswirtschaft, Industriebetriebslehre, Logistik und Controlling)

Dipl.-Sportwiss. Wolfgang Pott

E/D/E GmbH

Leiter Unternehmenskommunikation bei der Unternehmensgruppe fischer, fischerwerke GmbH & Co. KG., Wirtschaftsjournalist (externe und interne Kommunikation, Unternehmenspublikationen, Öffentlichkeitsarbeit, Steuerung der Aktivitäten im Bereich gesellschaftlicher Verantwortung (CSR))

Stefanie Jezek

Hochschule Düsseldorf

Studierende und wissenschaftliche Hilfskraft FB Wirtschaft (Kommunikations- Multimedia- und Marktmanagement (M.A.)) (Abgeschlossen: Kommunikations- und Multimediamanagement (B.A.))

FIBAA-Projektmanager:

Katharina Bläser

¹ Lediglich zur Vereinfachung der Lesbarkeit des Gutachtens erfolgt im Folgenden keine geschlechtsbezogene Differenzierung.

Die Begutachtung beruht auf der Antragsbegründung, ergänzt um weitere, vom Gutachterteam erbetene Unterlagen, und einer Begutachtung vor Ort da eine Begutachtung vor Ort aus Sicht der Gutachter erforderlich war². Die Begutachtung vor Ort wurde am 24. April 2018 in den Räumen der Hochschule in Düsseldorf durchgeführt. Zum Abschluss des Besuchs gaben die Gutachter gegenüber Vertretern der Hochschule ein kurzes Feedback zu ihren ersten Eindrücken.

Das auf dieser Grundlage erstellte Gutachten wurde der Hochschule am 06. Juni 2018 zur Stellungnahme zugesandt. Die Hochschule übermittelte ihre Stellungnahme zum Gutachten am 14. Juni 2018; die Stellungnahme ist im vorliegenden Gutachten bereits berücksichtigt.

² Die Gutachter haben sich übereinstimmend für eine Begutachtung vor Ort ausgesprochen, da sie zu der Konzeption der Studiengänge und zahlreichen Detailfragen Erläuterungsbedarf hatten, der besser im Rahmen einer solchen Begutachtung als in einer Telefonkonferenz zu klären war.

Zusammenfassung

Generell gilt, dass im Fall einer Konzeptakkreditierung, in der nur das Studiengangskonzept vorgestellt wird, bzw. bei einer erstmaligen Akkreditierung eines Studienganges, der noch keinen vollständigen Durchlauf zu verzeichnen hat, der Studiengang so zu bewerten ist wie ein laufender Studiengang.

Der Bachelor-Studiengang Management im Gesundheitswesen (B.A.) der IST-Hochschule für Management entspricht mit einer Ausnahme den Strukturvorgaben der Kultusministerkonferenz (KMK), den Anforderungen des Akkreditierungsrates sowie den Anforderungen des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse in der zum Zeitpunkt der Verfahrenseröffnung geltenden Fassung. Er ist modular gegliedert, mit ECTS-Punkten versehen und schließt mit dem akademischen Grad „Bachelor of Arts“ ab. Der Grad wird von der Hochschule verliehen.

Der Bachelor-Studiengang erfüllt somit mit einer Ausnahme die Qualitätsanforderungen für Bachelor-Studiengänge und kann von der Foundation for International Business Administration Accreditation (FIBAA) im Auftrag der Stiftung zur Akkreditierung von Studiengängen in Deutschland für einen Zeitraum von fünf Jahren von Wintersemester 2018/19 bis Ende Sommersemester 2023 unter einer Auflage akkreditiert werden.

Der Master-Studiengang Kommunikationsmanagement (M.A.) der IST-Hochschule für Management ist ein konsekutiver Master-Studiengang. Er entspricht mit einer Ausnahme den Strukturvorgaben der Kultusministerkonferenz (KMK), den Anforderungen des Akkreditierungsrates sowie den Anforderungen des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse in der zum Zeitpunkt der Verfahrenseröffnung geltenden Fassung. Er ist modular gegliedert, mit ECTS-Punkten versehen, hat ein anwendungsorientiertes Profil und schließt mit dem akademischen Grad „Master of Arts“ ab. Der Grad wird von der Hochschule verliehen.

Der Studiengang erfüllt somit mit einer Ausnahme die Qualitätsanforderungen für Master-Studiengänge und kann von der Foundation for International Business Administration Accreditation (FIBAA) im Auftrag der Stiftung zur Akkreditierung von Studiengängen in Deutschland für einen Zeitraum von fünf Jahren von Wintersemester 2018/19 bis Ende Sommersemester 2023 unter einer Auflage akkreditiert werden.

Handlungsbedarf sehen die Gutachter jeweils in Bezug auf das Lehrpersonal. Die Gutachter sind der Ansicht, dass die aufgezeigten Mängel innerhalb von neun Monaten behebbar sind, weshalb sie eine Akkreditierung unter folgenden Auflagen empfehlen (vgl. Ziff. 3.1.2 der Regeln des Akkreditierungsrates):

Auflage Bachelor-Studiengang:

Auflage

Die Hochschule weist die Besetzung der Professur „Management im Gesundheitswesen“ genauso wie die der noch nicht besetzten Stellen der Lehrbeauftragten nach. Sie belegt – wo bislang noch nicht geschehen – die hinreichende Qualifikation aller Nachbesetzungen mittels Vorlage der entsprechenden CVs.

(s. Kap. 4.1; Rechtsquelle: Ziffer 2.7 „Ausstattung“ der Regeln des Akkreditierungsrates)

Auflage Master-Studiengang:

Auflage

Die Hochschule weist die Besetzung der Professur „Kommunikationsmanagement“ genauso wie die der noch nicht besetzten Stellen der Lehrbeauftragten nach. Sie belegt – wo bislang noch nicht geschehen – die hinreichende Qualifikation aller Nachbesetzungen mittels Vorlage der entsprechenden CVs.

(s. Kap. 4.1; Rechtsquelle: Ziffer 2.7 „Ausstattung“ der Regeln des Akkreditierungsrates)

Die Erfüllung der Auflagen ist bis zum 24. August 2018 nachzuweisen. Die Verkürzung der gemäß Ziff. 3.1.2 der Regeln des Akkreditierungsrates regelmäßig neunmonatigen Auflagenfrist wird damit begründet, dass die umzusetzenden Auflagen bis zum nächsten Studienstart im Wintersemester 2018/19 nachgewiesen sein sollen, um im Sinne der angehenden Studierenden diese formalen Mängel zu diesem Zeitpunkt behoben zu haben.

Zur Gesamtbewertung siehe das Qualitätsprofil am Ende des Gutachtens.

Informationen

Die IST-Hochschule für Management erhielt am 25. Februar 2013 die staatliche Anerkennung durch das Ministerium für Innovation, Wissenschaft und Forschung des Landes NRW. Nach der erfolgreichen Akkreditierung haben ab Sommersemester 2013 die ersten Studierenden ihr Studium aufgenommen. Die Hochschule umfasst die Fachbereiche „Sport & Management“, „Tourismus & Hospitality“, „Fitness- & Gesundheit“ und „Kommunikation & Wirtschaft“ mit insgesamt neun Bachelor-Studiengängen und zwei Master-Studiengängen, die in der Vollzeit-/Teilzeitvariante und/oder in dualer Form angeboten werden.

Die IST-Hochschule wird von der IST-Hochschul-GmbH getragen, deren alleiniger Zweck der Betrieb der Hochschule ist. Alleiniger Gesellschafter ist die IST-Studieninstitut GmbH.

Unter dem Motto „Bildung, die bewegt“ bietet das IST-Studieninstitut bereits seit 1989 berufsbegleitende Weiterbildungen in den oben genannten Fachbereichen an. Der Großteil der IST-Weiterbildungen wird bereits seit 1993 in der Form des staatlich zugelassenen Fernunterrichts durchgeführt, also in einer Kombination aus schriftlichem Studienmaterial und praxisorientierten Seminaren unterstützt durch elektronische Lehrformen wie Online-Vorlesungen und Webinare. So haben die Teilnehmer berufsbegleitend die Möglichkeit, sich praxisnahes Fachwissen anzueignen und anerkannte Qualifikationen zu erlangen. Neben dem Erwerb von IST-Diplomabschlüssen und der Vorbereitung auf öffentlich-rechtliche IHK-Fachwirt-Abschlüsse konnten Teilnehmer seit dem Jahr 2006 in Zusammenarbeit mit anderen Hochschulen auch sog. Hochschulzertifikate bzw. ab 2010 auch MBA-Studiengänge belegen.

Die IST-Hochschule bietet derzeit über 2.500 aktiven Studierenden auf der Basis von 28 Jahren Bildungserfahrung höchste methodische und fachliche Kompetenz im Hinblick auf wesentliche, zukunftsorientierte Branchen.

Darstellung und Bewertung im Einzelnen

1 Zielsetzung

Management im Gesundheitswesen (B.A.):

Der Bachelor-Studiengang „Management im Gesundheitswesen“ ist durch die Hochschule gedacht als ein betriebswirtschaftlicher Studiengang für Interessierte, die einen beruflichen Einstieg in die Gesundheitsbranche anstreben und ihr Studium zeitlich und örtlich unabhängig gestalten wollen.

Der Studiengang sei durch die Verknüpfung spezifischer, betriebswirtschaftlicher, praktischer und führungsbezogener Inhalte exakt auf die Anforderungen von Einstiegs- bzw. Aufstiegspositionen im Management von Unternehmen der Gesundheitsbranche abgestimmt, so die Hochschule. Durch spezialisierte Wahlpflichtmodule, die nach persönlichem Interesse gewählt werden können, sollen sich die Teilnehmer auf die Anforderungen spezifischer Tätigkeitsfelder vorbereiten können. Den Fokus legt die Hochschule auf Bezüge zu den wissenschaftlichen Grundlagen im Bereich Gesundheitsmanagement und die Einbindung der Lehrinhalte in die berufliche Praxis.

Konzeptionell ist der Studiengang in die Teile „General Management“, „Spezialisierungsmodule“ und „Wahlpflichtmodule“ unterteilt. Im Bereich „General Management“ soll fachübergreifend wirtschaftswissenschaftliches, managementbezogenes, wissenschaftsmethodisches und Soft Skills bezogenes Wissen und Können vermittelt werden. In „Spezialisierungsmodulen“ ist die Vermittlung erforderlicher Kompetenzen und Fähigkeiten aus dem Gesundheitsmanagement vorgesehen. Hierzu zählen schwerpunktmäßig Inhalte zum Grundlagenwissen im Gesundheitswesen sowie Qualitäts-, Dienstleistungs-, Marketing- und Finanzierungsinhalte. Wahlpflichtfächer sind vor allem funktions- oder berufsfeldorientiert und zur Ermöglichung einer individuellen Qualifizierung vorgesehen, die den Studierenden eine Profilbildung für das Berufsfeld ermöglichen soll.

Bei der dualen Variante des Studiengangs soll insbesondere durch die Einbeziehung des Lernortes Betrieb gewährleistet werden, dass der Transfer der theoretischen Grundlagen in die Praxis in einer ausgeprägten Handlungskompetenz mündet. Um die Lernziele auf der praktischen Ebene zu vermitteln, sieht das Konzept vor, dass die Studierenden innerhalb ihres Unternehmens während ihres Studiums in modulspezifischen Arbeitsbereichen tätig sind, um die Umsetzung theoretischer Lerninhalte direkt in der praktischen Arbeit innerhalb des Betriebes zu ermöglichen.

Zielsetzung des Studienganges ist die Qualifikation der Studierenden zu kompetenten Fach- und Führungskräften für die Gesundheitsbranche, auf Basis einer betriebswirtschaftlichen und branchenspezifischen Befähigung. Dies beinhaltet die Befähigung zur Anwendung von sowohl praktischem als auch ökonomischem Wissen aber auch von wissenschaftlichen Methoden auf konkrete Problemstellungen und eine angemessene Ausstattung mit personaler und sozialer Kompetenz.

Kommunikationsmanagement (M.A.):

Der Master-Studiengang ist durch die Hochschule als ein wirtschafts- und kommunikationswissenschaftlicher Studiengang gedacht, die eine berufliche Entwicklung in der nationalen und internationalen Kommunikationsbranche anstreben und ihr Studium im Rahmen eines Fernstudiums absolvieren möchten.

Nach Angabe der Hochschule soll der Studiengang getragen sein von der Überlegung, eine interdisziplinäre Managementausbildung für Analyse-, Planungs-, Entwicklungs- und Steuerungsaufgaben im Kommunikations-Sektor zu ermöglichen. Ziel dabei sei es, Qualifikationen – sowohl wissenschaftlich als auch praktisch – zu vermitteln, die im Sinne unternehmerischen Denkens und Handelns auf zukünftige Anforderungen einer gehobenen Management-

tätigkeit oder einer selbstständigen unternehmerischen Tätigkeit mit Führungsverantwortung vorbereiten.

Die Hochschule sieht den Fokus in der Konzeption der Module auf der Vermittlung von fachlichen und sozialen Kompetenzen sowie der Vermittlung von Handlungskompetenzen. Die Studierenden sollen darauf vorbereitet werden, wissenschaftlich fundierte Entscheidungen zu treffen. Es wurden zukunftsrelevante Berufsfelder identifiziert, auf die insbesondere die Wahlpflichtmodule ihren Fokus legen sollen.

Diese Kompetenzen seien durch die Verknüpfung vertiefender kommunikationsmanagementspezifischer, wirtschaftswissenschaftlicher, praktischer und führungsbezogener Inhalte exakt auf die Anforderungen der Positionen im Management der Kommunikationsbranche abgestimmt, so die Hochschule.

Da der geplante Master-Studiengang dem Profiltyp anwendungsorientiert zuzuordnen ist sollen die wissenschaftlichen Grundlagen der Kommunikationsbranche in eine direkte Beziehung zur beruflichen Praxis gestellt werden.

Um eine enge Verzahnung zwischen theoretischen Inhalten im Studium auf der einen und praktischer Umsetzung im Betrieb auf der anderen Seite gewährleisten zu können, soll der Master-Studiengang auch in einer dualen Variante angeboten werden.

Zielsetzung des Studienganges ist, laut der Hochschule, die Qualifikation der Studierenden zu kompetenten Führungskräften für die Kommunikationsbranche. Dies soll auf Basis einer wirtschaftswissenschaftlichen und branchenspezifischen Befähigung und einer darauf basierenden praktischen Ausbildung gewährleistet werden. Die Befähigung zur Anwendung von sowohl praktischem als auch ökonomischem Wissen sowie die Anwendung wissenschaftlicher Methoden auf konkrete Problemstellungen und eine angemessene Ausstattung mit persönlicher und sozialer Kompetenz soll den Studierenden vermittelt werden.

Bewertung:

Die Qualifikationsziele des Bachelor-Studienganges umfassen fachliche und überfachliche Aspekte und beziehen sich insbesondere auf die Bereiche wissenschaftliche Befähigung, Befähigung zur Aufnahme einer qualifizierten Erwerbstätigkeit, Befähigung zum gesellschaftlichen Engagement und Persönlichkeitsentwicklung. Er trägt den Erfordernissen des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse Rechnung.

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

| | Qualitätsanforderung erfüllt | Qualitätsanforderung nicht erfüllt | Nicht relevant |
|----------------|------------------------------|------------------------------------|----------------|
| 1. Zielsetzung | | x | |

2 Zulassung

Die Zulassung zum Bachelor-Studium erfolgt gemäß § 3 der Prüfungsordnung des Bachelor-Studienganges (PO_BA), welcher wörtlich mit der allgemeinen Regelung in § 2 der Immatrikulations- und Zulassungsordnung (ZuO_BA) für die Bachelor-Studiengänge der Hochschule übereinstimmt.

Hiernach ist Voraussetzung für den Zugang zum Bachelor-Studium der Nachweis der allgemeinen Hochschulreife, der einschlägigen fachgebundenen Hochschulreife, der Fachhochschulreife oder einer als gleichwertig anerkannten Vorbildung im Sinne des § 49 HG-NRW.

Bei der Feststellung der Hochschulreife aufgrund von Abschlüssen, die außerhalb des Geltungsbereiches des Grundgesetzes erworben wurden, ist das Gesetz zu dem Übereinkommen vom 11. April 1997 über die Anerkennung von Qualifikationen im Hochschulbereich in der europäischen Region vom 16. Mai 2007 vorrangig zu beachten. Zugang zum Studium haben weiterhin auch Bewerber, die sich im Sinne des § 49 Abs. 4 HG-NRW in der beruflichen Bildung qualifiziert haben. § 4 ZULO_BA beinhaltet zudem Regelungen zur Anerkennung ausländischer Bildungsabschlüsse im Rahmen des Zulassungsverfahrens.

Die Zulassung zum Master-Studiengang richtet sich nach § 3 der Prüfungsordnung des Master-Studienganges (PO_MA) beziehungsweise § 2 der Immatrikulations- und Zulassungsordnung für die Master-Studiengänge der Hochschule (ZULO_MA), welche gleichermaßen identisch sind.

Hiernach sind grundsätzlich folgende Voraussetzungen zu belegen:

- ein anerkannter erster Hochschulabschluss, durch den die fachliche Vorbildung für den Master-Studiengang nachgewiesen wird,
- ein abgeschlossener, mindestens sechssemestriger betriebswirtschaftlicher oder kommunikationsmanagementorientierter Studiengang an einer Universität, Fachhochschule oder Dualen Hochschule, ein entsprechender akkreditierter Bachelorausbildungsgang einer Berufsakademie oder ein vergleichbarer Abschluss an einer deutschen oder ausländischen Hochschule,
- der Nachweis von 20 ECTS-Punkten aus ökonomischen Kursen des abgeschlossenen Erststudiums oder ein vergleichbarer Nachweis,
- ein mindestens dreimonatiges Praktikum oder eine Berufstätigkeit in einer Organisation mit Kommunikationsbezug, wobei das Studium auch aufgenommen werden kann, sofern der entsprechende Nachweis bis zum Anfang des dritten Fachsemesters vorgelegt wird. Ausgenommen von der Nachweispflicht einer für den Studiengang einschlägigen Berufstätigkeit oder eines entsprechenden Praktikums sind Studienbewerber für die duale Master-Studiengangvariante, da der Erwerb einschlägiger Praxiserfahrung hier fester Bestandteil des Studiengangskonzeptes ist.
- englische Sprachkenntnisse der Niveaustufe B2 gemäß GeR

Die IST-Hochschule kann entsprechend § 13 der Immatrikulations- und Zulassungsordnung für einen Studiengang ein Auswahlverfahren nach § 15 vorsehen, um im Falle eines Nachfrageüberhangs die bestqualifizierten Bewerber für den Studiengang auszuwählen.

Die Auswahlentscheidung hinsichtlich der verbindlichen Zulassung zum Masterstudiengang trifft die Auswahlkommission. Diese berücksichtigt alle Bewerber, deren Immatrikulationsunterlagen vollständig und fristgerecht eingereicht wurden und die Zugangsvoraussetzungen erfüllen. Die Studienplätze werden hierbei zunächst nach der Gesamtnote der Hochschulzugangsberechtigung vergeben, bei vergaberelevanter gleicher Ausprägung bei mehreren Bewerbern nach der einschlägigen Berufserfahrung, dann nach einschlägigen Praktika, dann nach Entscheidung des Prüfungsausschusses auf Basis eines onlinegestützten Einzelinterviews. In diesem Auswahlgespräch kann die Kommission insbesondere die Motivation und Zielsetzung zur Aufnahme des Masterstudienganges und bisherige Erfahrungen überprüfen. Die Ergebnisse dieses Auswahlgesprächs werden bei der Entscheidung über die Zulassung zum Masterstudiengang berücksichtigt. Im Falle der Zulassung wird ein schriftlicher Zulassungsbescheid erteilt, anderenfalls ein Ablehnungsbescheid. Zusätzlich kann im Falle der Ablehnung nach einem Auswahlverfahren der Betroffene Einblick in die anonymisierten, der Entscheidung zugrundeliegenden Unterlagen nehmen.

Ein Nachteilsausgleich und Härtefälle sind in den §§ 17 und 18 der Immatrikulations- und Zulassungsordnung geregelt.

Regelungen bezüglich Nachteilsausgleich und Härtefällen finden sich in den §§ 13 und 14 der Immatrikulations- und Zulassungsordnungen geregelt.

Bewertung:

Die Zulassungsbedingungen sind definiert und nachvollziehbar. Die nationalen Vorgaben sind berücksichtigt.

Die Zulassungsbedingungen stellen sicher, dass die Studierenden fremdsprachliche Lehrveranstaltungen absolvieren und die fremdsprachliche Literatur verstehen können.

Durch die Zulassungsbedingungen ist sichergestellt, dass die Absolventen mit Abschluss des Master-Studiums in der Regel über 300 ECTS-Punkte verfügen. Trotzdem möchten die Gutachter betonen, dass sie eine klarere Information über die von den Studierenden idealerweise vorzuweisenden spezifischen Inhalte innerhalb der geforderten 20 CP wirtschaftswissenschaftlichen Vorkenntnisse begrüßen würde.

Die Gutachter **empfehlen** daher eine mit Blick auf die Transparenz hinsichtlich der erwarteten Vorkenntnisse klarere Information und eine Spezifizierung der erwarteten Kenntnisse, die sich nicht nur auf den wirtschaftswissenschaftlichen Bereich, sondern auch auf andere Studieninhalte beziehen dürfen.

Das Zulassungs- bzw. Auswahlverfahren ist transparent und gewährleistet die Gewinnung qualifizierter Studierender entsprechend der Zielsetzung der Studiengänge. Der Nachteilsausgleich für Studierende mit Behinderung ist sichergestellt.

| | | Qualitätsanforderung erfüllt | Qualitätsanforderung nicht erfüllt | Nicht relevant |
|-----|----------------------------------|------------------------------|------------------------------------|----------------|
| 2.1 | Zulassungsbedingungen | x | | |
| 2.2 | Auswahl- und Zulassungsverfahren | | Master | Bachelor |

3 Inhalte, Struktur und Didaktik

3.1 Inhaltliche Umsetzung

Management im Gesundheitswesen (B.A.):

Das Studienprogramm ist entsprechend der nachfolgend dargestellten Curriculumsübersichten strukturiert (Vollzeit/Teilzeit/dual):

| Veranstaltungsbezeichnung | Semester | | | | | | Workload Präsenzzeiten (Online-Tutorium + Präsenzseminar) / Selbststudium (Übrige Lernorte) / Credit-Points | Veranstaltungsform 1. Studienheft, 2. Online-Vorlesung, 3. Online-Tutorium, 4. Präsenzseminar, 5. Betrieb | Prüfungsleistungen | Gewicht für Gesamt- note |
|--|----------|-----|-----|-----|----|----|--|--|---------------------------------|--------------------------------|
| | 1. | 2. | 3. | 4. | 5. | 6. | | | | |
| Studiengangspezifische Module | | | | | | | | | | |
| Gesundheitssektoren und -versorgung 5cp | | | | | | | 40/85/5 | 1,2,3,4 | Klausur 90 Minuten | 1/36 |
| Gesundheitssektoren und -versorgung | 5 | | | | | | | | | |
| Medical Basics 10cp | | | | | | | 70/180/10 | 1,2,3,4 | Prüfung im Antwortwahlverfahren | 1/18 |
| Grundlagen Medizin – Anatomie und Physiologie | 4 | | | | | | | | | |
| Medizinische Terminologie | 3 | | | | | | | | | |
| Krankheitsbilder | 3 | | | | | | | | | |
| Finanzierung von Gesundheits- und Sozialeinrichtungen 5cp | | | | | | | 40/85/5 | 1,2,3,4 | Hausarbeit | 1/36 |
| Finanzierung von Krankenhäusern und Gesundheitseinrichtungen | | 2,5 | | | | | | | | |
| Finanzierung von Sozialeinrichtungen | | 2,5 | | | | | | | | |
| Grundlagen Online-Marketing und Social Media 5cp | | | | | | | 25/100/5 | 1,2,3 | Klausur 120 Minuten | 1/36 |
| Grundlagen Online-Marketing und Social Media | | 5 | | | | | | | | |
| Personal Communications 6cp | | | | | | | 45/105/6 | 1,2,3,4 | Klausur 120 Minuten | 1/30 |
| Präsentationen und Meetings | | 3 | | | | | | | | |
| Verhandlungsführung und Verkaufstechniken | | 3 | | | | | | | | |
| Qualitätsmanagement in Gesundheits- und Sozialeinrichtungen 5cp | | | | | | | 35/90/5 | 1,2,3,4 | Klausur 90 Minuten | 1/36 |
| Qualitätsmanagement in Gesundheits- und Sozialeinrichtungen | | | 5 | | | | | | | |
| Gesundheitsförderung und Prävention 5cp | | | | | | | 45/80/5 | 1,2,3,4 | Hausarbeit | 1/36 |
| Prävention und Gesundheitsförderung I | | | 2,5 | | | | | | | |
| Prävention und Gesundheitsförderung II | | | 2,5 | | | | | | | |
| Projektmanagement in Gesundheits- und Sozialeinrichtungen 6cp | | | | | | | 45/105/6 | 1,2,3,4 | Mündliche Prüfung | 1/30 |
| Projektmanagement in Gesundheits- und Sozialeinrichtungen | | | 6 | | | | | | | |
| Dienstleistungsmanagement in Gesundheits- und Sozialeinrichtungen 9cp | | | | | | | 45/180/9 | 1,2,3,4 | Klausur 120 Minuten | 1/20 |
| Grundlagen des Dienstleistungsmanagements | | | | 4,5 | | | | | | |
| Besonderheiten in Gesundheitsdienstleistungsunternehmen | | | | 4,5 | | | | | | |
| Planspiel Krankenhaus- und Sozialmanagement 9cp | | | | | | | 170/55/9 | 1,2,3,4 | Aktive Mitarbeit, Präsentation | 1/20 |
| Planspiel Krankenhaus- und Sozialmanagement | | | | 9 | | | | | | |

| | | | | | | | | | | | |
|---|-----|-----|-----|-----|-----|-----|----|-----------|---------|---------------------------------|------|
| E-Health und Digitalisierung im Gesundheitswesen 6cp | | | | | | | | 50/100/6 | 1,2,3,4 | Klausur 120 Minuten | 1/30 |
| E-Health und Digitalisierung | | | | | | 6 | | | | | |
| General Management | | | | | | | | | | | |
| Grundlagen der BWL 6cp | | | | | | | | 45/105/6 | 1,2,3,4 | Klausur 120 Minuten | 1/30 |
| Einführung in die Betriebswirtschaftslehre | 6 | | | | | | | | | | |
| Marketing 4cp | | | | | | | | 30/70/4 | 1,2,3 | Klausur 90 Minuten | 1/45 |
| Marketing: Grundlagen und Strategien | 4 | | | | | | | | | | |
| Wissenschaftliches Arbeiten und Lernmethoden 5cp | | | | | | | | 35/90/5 | 1,2,3,4 | Hausarbeit, Seminarteilnahme | 1/36 |
| Wissenschaftliches Arbeiten | 2,5 | | | | | | | | | | |
| Lernmethoden | 2,5 | | | | | | | | | | |
| Einführung in das Rechnungswesen 6cp | | | | | | | | 45/105/6 | 1,2,3 | Klausur 120 Minuten | 1/30 |
| Finanzbuchhaltung | | 3 | | | | | | | | | |
| Kostenrechnung | | 3 | | | | | | | | | |
| Grundlagen der VWL 4cp | | | | | | | | 30/70/4 | 1,2,3 | Klausur 90 Minuten | 1/45 |
| Grundlagen der VWL und Mikroökonomie | | 4 | | | | | | | | | |
| Wirtschaftsinformatik und neue Medien 4cp | | | | | | | | 25/75/4 | 1,2,3 | Klausur 90 Minuten | 1/45 |
| Grundlagen der Wirtschaftsinformatik und der neuen Medien | | 4 | | | | | | | | | |
| Wirtschaftsrecht I 5cp | | | | | | | | 35/90/5 | 1,2,3,4 | Klausur 120 Minuten | 1/36 |
| Bürgerliches Recht | | | 2,5 | | | | | | | | |
| Handels- und Gesellschaftsrecht | | | 2,5 | | | | | | | | |
| Wirtschaftsmathematik und -statistik 9cp | | | | | | | | 55/170/9 | 1,2,3 | Klausur 120 Minuten | 1/20 |
| Wirtschaftsmathematik | | | 4,5 | | | | | | | | |
| Wirtschaftsstatistik | | | 4,5 | | | | | | | | |
| Steuern und Bilanzen 6cp | | | | | | | | 45/105/6 | 1,2,3 | Klausur 120 Minuten | 1/30 |
| Einführung in das Steuerrecht | | | | 3 | | | | | | | |
| Externes Rechnungswesen und Bilanzanalyse | | | | 3 | | | | | | | |
| Unternehmensführung und Personalmanagement 6cp | | | | | | | | 40/110/6 | 1,2,3,4 | Klausur 120 Minuten | 1/30 |
| Unternehmensführung und Personalmanagement | | | | 3 | | | | | | | |
| Arbeitsrecht | | | | 3 | | | | | | | |
| Unternehmerische Entscheidungsgrundlagen 9cp | | | | | | | | 55/170/9 | 1,2,3,4 | Klausur 120 Minuten | 1/20 |
| Investitions- und Finanzierungsentscheidungen | | | | | 5 | | | | | | |
| Kostenrechnung II und Controlling | | | | | 4 | | | | | | |
| Wahlpflichtmodule | | | | | | | | | | | |
| Wahlpflichtmodul 1 (beispielhaft) 15cp | | | | | | 15 | | 70/305/15 | 1,2,3,4 | Hausarbeit | 1/12 |
| Wahlpflichtmodul 2 (beispielhaft) 15cp | | | | | | | 15 | 70/305/15 | 1,2,3,4 | Klausur 120 Minuten | 1/12 |
| Bachelorarbeit | | | | | | | 15 | 0/375/15 | | Bachelorarbeit | 1/12 |
| | | | | | | | | | | | 1 |
| CP pro Semester | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | | 180 | | | |
| Workload pro Semester | 750 | 750 | 750 | 750 | 750 | 750 | | 4.500 | | | |

| Veranstaltungsbezeichnung | Semester | | | | | | | | Workload Präsenzzeiten (Online-Tutorium + Präsenzseminar) / Selbststudium (Übrige Lernorte) / Credit-Points | Veranstaltungsform 1. Studienheft, 2. Online-Vorlesung, 3. Online-Tutorium, 4. Präsenzseminar, 5. Betrieb | Prüfungsleistungen | Gewicht für Gesamt- note |
|--|----------|-----|----|-----|----|----|----|----|---|--|------------------------------------|--------------------------------|
| | 1. | 2. | 3. | 4. | 5. | 6. | 7. | 8. | | | | |
| Studiengangsspezifische Module | | | | | | | | | | | | |
| Gesundheitssektoren und -versorgung 5cp | | | | | | | | | 40/85/5 | 1,2,3,4 | Klausur 90 Minuten | 1/36 |
| Gesundheitssektoren und -versorgung | 5 | | | | | | | | | | | |
| Medical Basics 10cp | | | | | | | | | 70/180/10 | 1,2,3,4 | Prüfung im Antwortwahlverfahren | 1/18 |
| Grundlagen Medizin – Anatomie und Physiologie | 4 | | | | | | | | | | | |
| Medizinische Terminologie | 3 | | | | | | | | | | | |
| Krankheitsbilder | 3 | | | | | | | | | | | |
| Finanzierung von Gesundheits- und Sozialeinrichtungen 5cp | | | | | | | | | 40/85/5 | 1,2,3,4 | Hausarbeit | 1/36 |
| Finanzierung von Krankenhäusern und Gesundheitseinrichtungen | | 2,5 | | | | | | | | | | |
| Finanzierung von Sozialeinrichtungen | | 2,5 | | | | | | | | | | |
| Personal Communications 6cp | | | | | | | | | 45/105/6 | 1,2,3,4 | Klausur 120 Minuten | 1/30 |
| Präsentationen und Meetings | | 3 | | | | | | | | | | |
| Verhandlungsführung und Verkaufstechniken | | 3 | | | | | | | | | | |
| Qualitätsmanagement in Gesundheits- und Sozialeinrichtungen 5cp | | | | | | | | | 35/90/5 | 1,2,3,4 | Klausur 90 Minuten | 1/36 |
| Qualitätsmanagement in Gesundheits- und Sozialeinrichtungen | | | 5 | | | | | | | | | |
| Grundlagen Online-Marketing und Social Media 5cp | | | | | | | | | 25/100/5 | 1,2,3 | Klausur 120 Minuten | 1/36 |
| Grundlagen Online-Marketing und Social Media | | | 5 | | | | | | | | | |
| Gesundheitsförderung und Prävention 5cp | | | | | | | | | 45/80/5 | 1,2,3,4 | Hausarbeit | 1/36 |
| Prävention und Gesundheitsförderung I | | | | 2,5 | | | | | | | | |
| Prävention und Gesundheitsförderung II | | | | 2,5 | | | | | | | | |
| Projektmanagement in Gesundheits- und Sozialeinrichtungen 6cp | | | | | | | | | 45/105/6 | 1,2,3,4 | Mündliche Prüfung | 1/30 |
| Projektmanagement in Gesundheits- und Sozialeinrichtungen | | | | 6 | | | | | | | | |
| Dienstleistungsmanagement in Gesundheits- und Sozialeinrichtungen 9cp | | | | | | | | | 45/180/9 | 1,2,3,4 | Klausur 120 Minuten | 1/20 |
| Grundlagen des Dienstleistungsmanagements | | | | 4,5 | | | | | | | | |
| Besonderheiten in Gesundheitsdienstleistungsunternehmen | | | | 4,5 | | | | | | | | |
| Planspiel Krankenhaus- und Sozialmanagement 9cp | | | | | | | | | 170/55/9 | 1,2,3,4 | Aktive Mitarbeit, Präsentation | 1/20 |
| Planspiel Krankenhaus- und Sozialmanagement | | | | | | 9 | | | | | | |
| E-Health und Digitalisierung im Gesundheitswesen 6cp | | | | | | | | | 50/100/6 | 1,2,3,4 | Klausur 120 Minuten | 1/30 |
| E-Health und Digitalisierung | | | | | | | 6 | | | | | |

| | | | | | | | | | | | | | |
|---|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|--|-----------|---------|-------------------------------------|-------|
| General Management | | | | | | | | | | | | | |
| Grundlagen der BWL 6cp | | | | | | | | | | 45/105/6 | 1,2,3,4 | Klausur 120 Minuten | 1/30 |
| Einführung in die Betriebswirtschaftslehre | 6 | | | | | | | | | | | | |
| Marketing 4cp | | | | | | | | | | 30/70/4 | 1,2,3 | Klausur 90 Minuten | 1/45 |
| Marketing: Grundlagen und Strategien | 4 | | | | | | | | | | | | |
| Grundlagen der VWL 4cp | | | | | | | | | | 30/70/4 | 1,2,3 | Klausur 90 Minuten | 1/45 |
| Grundlagen der VWL und Mikroökonomie | 4 | | | | | | | | | | | | |
| Wissenschaftliches Arbeiten und Lernmethoden 5cp | | | | | | | | | | 35/90/5 | 1,2,3,4 | Hausarbeit, Seminarpartizipation | 1/36 |
| Wissenschaftliches Arbeiten | 2,5 | | | | | | | | | | | | |
| Lernmethoden | 2,5 | | | | | | | | | | | | |
| Einführung in das Rechnungswesen 6cp | | | | | | | | | | 45/105/6 | 1,2,3 | Klausur 120 Minuten | 1/30 |
| Finanzbuchhaltung | | | 3 | | | | | | | | | | |
| Kostenrechnung | | | 3 | | | | | | | | | | |
| Wirtschaftsinformatik und neue Medien 4cp | | | | | | | | | | 25/75/4 | 1,2,3 | Klausur 90 Minuten | 1/45 |
| Grundlagen der Wirtschaftsinformatik und der neuen Medien | | | 4 | | | | | | | | | | |
| Wirtschaftsrecht I 5cp | | | | | | | | | | 35/90/5 | 1,2,3,4 | Klausur 120 Minuten | 1/36 |
| Bürgerliches Recht | | | | 2,5 | | | | | | | | | |
| Handels- und Gesellschaftsrecht | | | | 2,5 | | | | | | | | | |
| Wirtschaftsmathematik und -statistik 9cp | | | | | | | | | | 55/170/9 | 1,2,3 | Klausur 120 Minuten | 1/20 |
| Wirtschaftsmathematik | | | | 4,5 | | | | | | | | | |
| Wirtschaftsstatistik | | | | 4,5 | | | | | | | | | |
| Steuern und Bilanzen 6cp | | | | | | | | | | 45/105/6 | 1,2,3 | Klausur 120 Minuten | 1/30 |
| Einführung in das Steuerrecht | | | | 3 | | | | | | | | | |
| Externes Rechnungswesen und Bilanzanalyse | | | | 3 | | | | | | | | | |
| Unternehmensführung und Personalmanagement 6cp | | | | | | | | | | 40/110/6 | 1,2,3,4 | Klausur 120 Minuten | 1/30 |
| Unternehmensführung und Personalmanagement | | | | 3 | | | | | | | | | |
| Arbeitsrecht | | | | 3 | | | | | | | | | |
| Unternehmerische Entscheidungsgrundlagen 9cp | | | | | | | | | | 55/170/9 | 1,2,3,4 | Klausur 120 Minuten | 1/20 |
| Investitions- und Finanzierungsentscheidungen | | | | | | | 5 | | | | | | |
| Kostenrechnung II und Controlling | | | | | | | 4 | | | | | | |
| Wahlpflichtmodule | | | | | | | | | | | | | |
| Wahlpflichtmodul 1 (beispielhaft) 15cp | | | | | | | 15 | | | 70/305/15 | 1,2,3,4 | Hausarbeit | 1/12 |
| Wahlpflichtmodul 2 (beispielhaft) 15cp | | | | | | | 15 | | | 70/305/15 | 1,2,3,4 | Klausur 120 Minuten | 1/12 |
| Bachelorarbeit | | | | | | | | 15 | | 0/375/15 | | Bachelorarbeit | 1/12 |
| | | | | | | | | | | | | | 1 |
| CP pro Semester | 25 | 20 | 20 | 25 | 21 | 24 | 24 | 21 | | | | | 180 |
| Workload pro Semester | 625 | 500 | 500 | 625 | 525 | 600 | 600 | 525 | | | | | 4.500 |

| Veranstaltungsbezeichnung | Semester | | | | | | | Workload Präsenzzeiten (Online-Tutorium + Präsenzseminar) / Selbststudium (Übrige Lernorte) / Credit-Points | Veranstaltungsform 1. Studienheft, 2. Online-Vorlesung, 3. Online-Tutorium, 4. Präsenzseminar, 5. Betrieb | Prüfungsleistungen | Gewicht für Gesamtnote |
|--|----------|-----|-----|----|----|----|----|--|--|---------------------------------|------------------------|
| | 1. | 2. | 3. | 4. | 5. | 6. | 7. | | | | |
| Studiengangsspezifische Module | | | | | | | | | | | |
| Gesundheitssektoren und -versorgung 5cp | | | | | | | | 30/65/5 | 1,2,3,4 | Klausur 90 Minuten | 1/36 |
| Gesundheitssektoren und -versorgung | 5 | | | | | | | | | | |
| Praxisphase Gesundheitssektoren und -versorgung | X | | | | | | | Selbststudium: 30 | 5 | . | |
| Medical Basics 10cp | | | | | | | | 60/130/10 | 1,2,3,4 | Prüfung im Antwortwahlverfahren | 1/18 |
| Grundlagen Medizin – Anatomie und Physiologie | 4 | | | | | | | | | | |
| Medizinische Terminologie | 3 | | | | | | | | | | |
| Krankheitsbilder | 3 | | | | | | | | | | |
| Praxisphase Medical Basics | X | | | | | | | Selbststudium: 60 | 5 | Praxisbericht | |
| Finanzierung von Gesundheits- und Sozialeinrichtungen 5cp | | | | | | | | 30/65/5 | 1,2,3,4 | | 1/36 |
| Finanzierung von Krankenhäusern und Gesundheitseinrichtungen | | 2,5 | | | | | | | | | |
| Finanzierung von Sozialeinrichtungen | | 2,5 | | | | | | | | | |
| Praxisphase Finanzierung von Gesundheits- und Sozialeinrichtungen | | X | | | | | | Selbststudium: 30 | 5 | Praxisbericht | |
| Gesundheitsförderung und Prävention 5cp | | | | | | | | 30/65/5 | 1,2,3,4 | Hausarbeit | 1/36 |
| Prävention und Gesundheitsförderung I | | 2,5 | | | | | | | | | |
| Prävention und Gesundheitsförderung II | | 2,5 | | | | | | | | | |
| Praxisphase Gesundheitsförderung und Prävention | | X | | | | | | Selbststudium: 30 | 5 | . | |
| Personal Communications 6cp | | | | | | | | 45/70/6 | 1,2,3,4 | Klausur 120 Minuten | 1/30 |
| Präsentationen und Meetings | | 3 | | | | | | | | | |
| Verhandlungsführung und Verkaufstechniken | | 3 | | | | | | | | | |
| Praxisphase Personal Communications | | X | | | | | | Selbststudium: 35 | 5 | Praxisbericht | |
| Projektmanagement in Gesundheits- und Sozialeinrichtungen 6cp | | | | | | | | 35/85/6 | 1,2,3,4 | Mündliche Prüfung | 1/30 |
| Projektmanagement in Gesundheits- und Sozialeinrichtungen | | | 6 | | | | | | | | |
| Praxisphase Projektmanagement in Gesundheits- und Sozialeinrichtungen | | | X | | | | | Selbststudium: 30 | 5 | Praxisbericht | |
| Dienstleistungsmanagement in Gesundheits- und Sozialeinrichtungen 9cp | | | | | | | | 50/140/9 | 1,2,3,4 | Klausur 120 Minuten | 1/20 |
| Grundlagen des Dienstleistungsmanagements | | | 4,5 | | | | | | | | |
| Besonderheiten in Gesundheitsdienstleistungsunternehmen | | | 4,5 | | | | | | | | |
| Praxisphase Dienstleistungsmanagement in Gesundheits- und Sozialeinrichtungen | | | X | | | | | Selbststudium: 35 | 5 | Praxisbericht | |
| Qualitätsmanagement in Gesundheits- und Sozialeinrichtungen 5cp | | | | | | | | 30/65/5 | 1,2,3,4 | Klausur 90 Minuten | 1/36 |
| Qualitätsmanagement in Gesundheits- und Sozialeinrichtungen | | | | 5 | | | | | | | |
| Praxisphase Qualitätsmanagement in Gesundheits- und Sozialeinrichtungen | | | | X | | | | Selbststudium: 30 | 5 | Praxisbericht | |

| | | | | | | | | | | | |
|--|-----|---|-----|---|---|--|--|-------------------|---------|--------------------------------|------|
| Grundlagen Online-Marketing und Social Media 5cp | | | | | | | | 25/60/5 | 1,2,3 | Klausur 120 Minuten | 1/36 |
| Grundlagen Online-Marketing und Social Media | | | 5 | | | | | | | | |
| Praxisphase Grundlagen Online-Marketing und Social Media | | | X | | | | | Selbststudium: 40 | 5 | Praxisbericht | |
| E-Health und Digitalisierung im Gesundheitswesen 6cp | | | | | | | | 40/80/6 | 1,2,3,4 | Klausur 120 Minuten | 1/30 |
| E-Health und Digitalisierung | | | | 6 | | | | | | | |
| Praxisphase E-Health und Digitalisierung im Gesundheitswesen | | | | X | | | | Selbststudium: 30 | 5 | Praxisbericht | |
| Planspiel Krankenhaus- und Sozialmanagement 9cp | | | | | | | | 140/60/9 | 1,2,3,4 | Aktive Mitarbeit, Präsentation | 1/20 |
| Planspiel Krankenhaus- und Sozialmanagement | | | | | 9 | | | | | | |
| Praxisphase Planspiel Krankenhaus- und Sozialmanagement | | | | X | | | | Selbststudium: 25 | 5 | . | |
| General Management | | | | | | | | | | | |
| Grundlagen der BWL 6cp | | | | | | | | 40/85/6 | 1,2,3,4 | Klausur 120 Minuten | 1/30 |
| Einführung in die Betriebswirtschaftslehre | 6 | | | | | | | | | | |
| Praxisphase Grundlagen der BWL | X | | | | | | | Selbststudium: 25 | 5 | Praxisbericht | |
| Wissenschaftliches Arbeiten und Lernmethoden 5cp | | | | | | | | 35/75/5 | 1,2,3,4 | Hausarbeit, Seminarbeteiligung | 1/36 |
| Wissenschaftliches Arbeiten | 2,5 | | | | | | | | | | |
| Lernmethoden | 2,5 | | | | | | | | | | |
| Praxisphase Wissenschaftliches Arbeiten und Lernmethoden | X | | | | | | | Selbststudium: 15 | 5 | . | |
| Marketing 4cp | | | | | | | | 30/50/4 | 1,2,3 | Klausur 90 Minuten | 1/45 |
| Marketing: Grundlagen und Strategien | | 4 | | | | | | | | | |
| Praxisphase Marketing | | X | | | | | | Selbststudium: 20 | 5 | Praxisbericht | |
| Grundlagen der VWL 4cp | | | | | | | | 20/65/4 | 1,2,3 | Klausur 90 Minuten | 1/45 |
| Grundlagen der VWL und Mikroökonomie | | 4 | | | | | | | | | |
| Praxisphase Grundlagen der VWL | | X | | | | | | Selbststudium: 15 | 5 | . | |
| Wirtschaftsinformatik und neue Medien 4cp | | | | | | | | 25/60/4 | 1,2,3 | Klausur 90 Minuten | 1/45 |
| Grundlagen der Wirtschaftsinformatik und der neuen Medien | | | 4 | | | | | | | | |
| Praxisphase Wirtschaftsinformatik und neue Medien | | | X | | | | | Selbststudium: 15 | 5 | Praxisbericht | |
| Einführung in das Rechnungswesen 6cp | | | | | | | | 30/85/6 | 1,2,3 | Klausur 120 Minuten | 1/30 |
| Finanzbuchhaltung | | | 3 | | | | | | | | |
| Kostenrechnung | | | 3 | | | | | | | | |
| Praxisphase Einführung in das Rechnungswesen | | | X | | | | | Selbststudium: 35 | 5 | Praxisbericht | |
| Wirtschaftsrecht 5cp | | | | | | | | 30/80/5 | 1,2,3,4 | Klausur 120 Minuten | 1/36 |
| Bürgerliches Recht | | | 2,5 | | | | | | | | |
| Handels- und Gesellschaftsrecht | | | 2,5 | | | | | | | | |
| Praxisphase Wirtschaftsrecht | | | X | | | | | Selbststudium: 15 | 5 | Praxisbericht | |
| Wirtschaftsmathematik und -statistik 9cp | | | | | | | | 50/130/9 | 1,2,3 | Klausur 120 Minuten | 1/20 |
| Wirtschaftsmathematik | | | 4,5 | | | | | | | | |
| Wirtschaftsstatistik | | | 4,5 | | | | | | | | |
| Praxisphase Wirtschaftsmathematik und -statistik | | | X | | | | | Selbststudium: 45 | 5 | Praxisbericht | |

| | | | | | | | | | | | | | |
|---|--|--|--|--|---|--|--|--|--|-------------------|---------|---------------------|------|
| Steuern und Bilanzen 6cp | | | | | | | | | | 35/90/6 | 1,2,3 | Klausur 120 Minuten | 1/30 |
| Einführung in das Steuerrecht | | | | | 3 | | | | | | | | |
| Externes Rechnungswesen und Bilanzanalyse | | | | | 3 | | | | | | | | |
| Praxisphase Steuern und Bilanzen | | | | | X | | | | | Selbststudium: 25 | 5 | Praxisbericht | |
| Unternehmensführung und Personalmanagement 6cp | | | | | | | | | | 40/85/6 | 1,2,3,4 | Klausur 120 Minuten | 1/30 |
| Unternehmensführung und Personalmanagement | | | | | 3 | | | | | | | | |
| Arbeitsrecht | | | | | 3 | | | | | | | | |

| Veranstaltungsbezeichnung | Semester | | | | | | | Workload Präsenzzeiten (Online-Tutorium + Präsenzseminar) / Selbststudium (Übrige Lernorte) / Credit-Points | Veranstaltungsform 1. Studienheft, 2. Online-Vorlesung, 3. Online-Tutorium, 4. Präsenzseminar, 5. Betrieb | Prüfungsleistungen | Gewicht für Gesamt- note |
|---|----------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|---|--|---------------------|--------------------------------|
| | 1. | 2. | 3. | 4. | 5. | 6. | 7. | | | | |
| Praxisphase Unternehmensführung und Personalmanagement | | | | | X | | | Selbststudium: 25 | 5 | Praxisbericht | |
| Unternehmerische Entscheidungsgrundlagen 9cp | | | | | | | | 50/140/9 | 1,2,3,4 | Klausur 120 Minuten | 1/20 |
| Investitions- und Finanzierungsentscheidungen | | | | | | 4,5 | | | | | |
| Kostenrechnung II und Controlling | | | | | | 4,5 | | | | | |
| Praxisphase Unternehmerische Entscheidungsgrundlagen | | | | | X | | | Selbststudium: 35 | 5 | Praxisbericht | |
| Wahlpflichtmodule | | | | | | | | | | | |
| Wahlpflichtmodul 1 (beispielhaft) 15cp | | | | | | 15 | | 70/185/15 | 1,2,3,4 | Hausarbeit | 1/12 |
| Praxisphase Wahlpflichtmodul 1 (beispielhaft) | | | | | X | | | Selbststudium: 120 | 5 | Praxisbericht | |
| Wahlpflichtmodul 2 (beispielhaft) 15cp | | | | | | 15 | | 120/155/15 | 1,2,3,4 | Klausur 120 Minuten | 1/12 |
| Praxisphase Wahlpflichtmodul 2 (beispielhaft) | | | | | | X | | Selbststudium: 100 | 5 | Praxisbericht | |
| Bachelorarbeit | | | | | | | 15 | 0/375/15 | | Bachelorarbeit | 1/12 |
| | | | | | | | | | | | 1 |
| CP pro Semester | 26 | 24 | 25 | 24 | 27 | 24 | 30 | 180 | | | |
| Workload pro Semester | 650 | 600 | 625 | 600 | 675 | 600 | 750 | 4.500 | | | |

Der Studienablauf wird in drei übergeordnete Bereiche unterteilt: General Management, Spezialisierungsfächer und Wahlpflichtfächer.

Im Bereich General Management wird fachübergreifend wirtschaftswissenschaftliches, managementbezogenes, wissenschaftsmethodisches und Soft Skills bezogenes Wissen und Können vermittelt.

Die Spezialisierungsfächer vermitteln korrespondierend mit und aufbauend auf dem General Management gesundheitspezifische Kompetenzen und Fähigkeiten. Die Wahlpflichtfächer sind vor allem berufsfeldorientiert und ermöglichen dem Studierenden eine Spezialisierung auf ein spezielles Tätigkeitsfeld und schärfen so sein individuelles Bewerbungsprofil.

Das Studium wird mit der von den Studierenden anzufertigenden Bachelorarbeit abgeschlossen. Hier besteht bei der dualen Variante die Möglichkeit, das Thema der Bachelorarbeit mit der Ausbildungsstätte abzustimmen. In diesem Fall hat auch die Ausbildungsstätte eine Betreuerfunktion und bietet gegebenenfalls den praktischen Hintergrund (z.B. für den empirischen Teil im Zuge einer Untersuchung oder generell als Case Study) der Bachelorarbeit. Diese Alternative erfordert eine entsprechende Kommunikation mit dem Hochschulbetreuer.

Der Studiengang vermittelt wissenschaftliche und praktische Grundlagen. Die Curriculumsgestaltung weist eine Konzentration an berufsfeldspezifischer Profilbildung durch alle Studienabschnitte hindurch auf. Hierbei werden interdisziplinäre Ansätze betriebswirtschaftlicher Fragestellungen hinsichtlich ökonomischen und die Gesundheitsbranche betreffende Qualifikationen sowie die Vermittlung nicht fachlicher Qualifikationen verfolgt.

Nach Aussage der Hochschule sind die Prüfungen auf die einzelnen, in den Studienheften und begleitenden Veranstaltungen vermittelten Modulinhalte abgestimmt und entsprechen dem Qualifikationsniveau eines grundständigen Bachelor-Studienganges. Sie sollen sich am Erreichen und Verifizieren der in den Modulbeschreibungen des Modulhandbuchs definierten Qualifikations- und Kompetenzziele orientieren. Die möglichen Prüfungsarten sind in der Prüfungsordnung dargestellt und in ihrer Kombination und Gewichtung in den Modulen jeweils beschrieben. Besonders die Hausarbeiten sollen der integrierten Anwendung wissenschaftlicher Methodenkompetenz dienen. Jede Prüfungsleistung soll die Anwendung des Erlernten auf komplexe Sachverhalte beinhalten. Der Anteil dieser Fragestellungen steigt mit den Semestern an. So soll neben den formulierten Lernzielen auch dem sich entwickelnden intellektuellen Niveau der Studierenden Rechnung getragen werden. In den ersten Semestern wird wesentlich darauf geachtet, das Gelernte als solches und die definierten Anwendungen abzuprüfen. Im Verlauf des Studiums steigt der Anteil der komplexeren Transferaufgaben. Damit wird von der Hochschule das Ziel verfolgt, die Studierenden durch die Anwendung wissenschaftlicher Erkenntnisse und sonstiger Informationen auf konkrete berufliche Situationen vorzubereiten.

Bei der dualen Variante steht neben den hier dargestellten Prüfungsleistungen bei dem Lernort Betrieb der Praxisbericht im Fokus. Diese Prüfungsleistung ist obligatorisch und im Modulhandbuch festgelegt. Hiermit soll sichergestellt werden, dass die Praxisteile einen in das Studium integrierten und von der Hochschule geregelten, inhaltlich bestimmten und betreuten Ausbildungsabschnitt darstellen.

Kommunikationsmanagement (M.A.):

Das Studienprogramm ist entsprechend der nachfolgend dargestellten Curriculumsübersichten strukturiert (Vollzeit/Teilzeit/dual):

| Veranstaltungsbezeichnung | Semester | | | | Workload Präsenzzeiten (Online-Tutorium + Präsenzseminar) / Selbststudium (Übrige Lernorte) / Credit-Points | Veranstaltungsform 1.Lehrheft, 2.Online-Vorlesung, 3. Online-Tutorium, 4.Präsenzseminar | Prüfungsleistungen | Gewicht für Gesamtnote |
|---|----------|----|----|----|---|---|-----------------------------|------------------------|
| | 1. | 2. | 3. | 4. | | | | |
| Studiengangsspezifische Module | | | | | | | | |
| Kommunikationswissenschaften 5cp | | | | | 45/80/5 | 1,2,3,4 | Klausur 90 Minuten | 1/24 |
| Kommunikationswissenschaften | 5 | | | | | | | |
| Kommunikationspsychologie 10cp | | | | | 70/180/10 | 1,2,3,4 | Klausur 120 Minuten | 1/12 |
| Grundlagen der Kommunikationspsychologie | 5 | | | | | | | |
| Psychologie der digitalen Kommunikation | 5 | | | | | | | |
| Strategisches Kommunikationsmanagement 5cp | | | | | 45/80/5 | 1,2,3,4 | Klausur 120 Minuten | 1/24 |
| Strategisches Kommunikationsmanagement | 5 | | | | | | | |
| Ideen- und Innovationsmanagement 5cp | | | | | 40/85/5 | 1,2,3,4 | Projektarbeit | 1/24 |
| Kreatives Innovationsmanagement | 5 | | | | | | | |
| Marken- und Produktmanagement 10cp | | | | | 80/170/10 | 1,2,3,4 | Klausur 120 Minuten | 1/12 |
| Markenmanagement | | 5 | | | | | | |
| Produktmanagement | | 5 | | | | | | |
| Kommunikationsdesign 5cp | | | | | 35/90/5 | 1,2,3,4 | Hausarbeit | 1/24 |
| Kommunikationsdesign | | 5 | | | | | | |
| User Experience (UX) Design 5cp | | | | | 40/85/5 | 1,2,3,4 | Klausur 120 Minuten | 1/24 |
| User Experience (UX) Design | | 5 | | | | | | |
| Operatives Kampagnenmanagement 5cp | | | | | 40/85/5 | 1,2,3,4 | Klausur 120 Minuten | 1/24 |
| Operatives Management von Marketing- und Kommunikationskampagnen | | 5 | | | | | | |
| Marketing Analytics und Smart Data 10cp | | | | | 80/170/10 | 1,2,3,4 | Klausur 120 Minuten | 1/12 |
| Marketing Analytics | | | 5 | | | | | |
| Smart Data Management | | | 5 | | | | | |
| Digitale Kommunikation/Applied Digital Communications Lab 10cp | | | | | 70/180/10 | 1,2,3,4 | Projektarbeit, Präsentation | 1/12 |
| Digitale Kommunikation | | | 5 | | | | | |
| Mobile Marketing | | | 5 | | | | | |

| | | | | | | | | |
|--|-----|-----|-----|-----|----------|---------|--|------------|
| General Management | | | | | | | | |
| Marketing & Sales 5cp | | | | | 35/90/5 | 1,2,3,4 | Klausur 90 Minuten | 1/24 |
| Marketing & Sales | 5 | | | | | | | |
| Digitale Transformation 5cp | | | | | 45/80/5 | 1,2,3,4 | Klausur 90 Minuten | 1/24 |
| Digitale Revolution und Business Transformation | | 5 | | | | | | |
| Entrepreneurship 5cp | | | | | 45/80/5 | 1,2,3,4 | Klausur 90 Minuten | 1/24 |
| Entrepreneurship – Von der Idee zum Start-Up: Der Business-Plan im Fokus | | | 5 | | | | | |
| Leadership Skills 5cp | | | | | 35/90/5 | 1,2,3,4 | Klausur 90 Minuten | 1/24 |
| Leadership Skills | | | | 5 | | | | |
| Kolloquium zur Master Thesis 5cp | | | | | 60/65/5 | 3,4 | Präsentation | 1/24 |
| Kolloquium zur Master Thesis | | | | 5 | | | | |
| Wahlpflichtmodule | | | | | | | | |
| Wahlpflichtmodul 1 (beispielhaft) | | | 5 | | 45/80/5 | 1,2,3,4 | Hausarbeit | 1/24 |
| Wahlpflichtmodul 2 (beispielhaft) | | | | 5 | 40/85/5 | 1,2,3,4 | Projektarbeit, Präsentation, Seminarteilnahme | 1/24 |
| Master Thesis | | | | 15 | 0/375/15 | | Master-Thesis | 1/8 |
| | | | | | | | | 1 |
| CP pro Semester | 30 | 30 | 30 | 30 | 120 | | | |
| Workload pro Semester | 750 | 750 | 750 | 750 | 3.000 | | | |

| Veranstaltungsbezeichnung | Semester | | | | | | Workload Präsenzzeiten (Online-Tutorium + Präsenzseminar) / Selbststudium (Übrige Lernorte) / Credit-Points | Veranstaltungsform 1.Lehrheft, 2.Online-Vorlesung, 3.Online-Tutorium, 4.Präsenzseminar, 5.Betrieb | Prüfungsleistungen | Gewicht für Gesamtnote |
|---|----------|----|----|----|----|----|--|--|-----------------------------|------------------------|
| | 1. | 2. | 3. | 4. | 5. | 6. | | | | |
| Studiengangspezifische Module | | | | | | | | | | |
| Kommunikationswissenschaften 5cp | | | | | | | 45/80/5 | 1,2,3,4 | Klausur 90 Minuten | 1/24 |
| Kommunikationswissenschaften | 5 | | | | | | | | | |
| Kommunikationspsychologie 10cp | | | | | | | 70/180/10 | 1,2,3,4 | Klausur 120 Minuten | 1/12 |
| Grundlagen der Kommunikationspsychologie | | | | | | | | | | |
| Psychologie der digitalen Kommunikation | 10 | | | | | | | | | |
| Strategisches Kommunikationsmanagement 5cp | | | | | | | 45/80/5 | 1,2,3,4 | Klausur 120 Minuten | 1/24 |
| Strategisches Kommunikationsmanagement | | 5 | | | | | | | | |
| Operatives Kampagnenmanagement 5cp | | | | | | | 40/85/5 | 1,2,3,4 | Klausur 120 Minuten | 1/24 |
| Operatives Management von Marketing- und Kommunikationskampagnen | | 5 | | | | | | | | |
| Ideen- und Innovationsmanagement 5cp | | | | | | | 40/85/5 | 1,2,3,4 | Projektarbeit | 1/24 |
| Kreatives Innovationsmanagement | | 5 | | | | | | | | |
| Marken- und Produktmanagement 10cp | | | | | | | 80/170/10 | 1,2,3,4 | Klausur 120 Minuten | 1/12 |
| Markenmanagement | | | 5 | | | | | | | |
| Produktmanagement | | | 5 | | | | | | | |
| Kommunikationsdesign 5cp | | | | | | | 35/90/5 | 1,2,3,4 | Hausarbeit | 1/24 |
| Kommunikationsdesign | | | 5 | | | | | | | |
| User Experience (UX) Design 5cp | | | | | | | 40/85/5 | 1,2,3,4 | Klausur 120 Minuten | 1/24 |
| User Experience (UX) Design | | | 5 | | | | | | | |
| Digitale Kommunikation/Applied Digital Communications Lab 10cp | | | | | | | 70/180/10 | 1,2,3,4 | Projektarbeit, Präsentation | 1/12 |
| Digitale Kommunikation | | | | 5 | | | | | | |
| Mobile Marketing | | | | 5 | | | | | | |
| Marketing Analytics und Smart Data 10cp | | | | | | | 80/170/10 | 1,2,3,4 | Klausur 120 Minuten | 1/12 |
| Marketing Analytics | | | | | 5 | | | | | |
| Smart Data Management | | | | | 5 | | | | | |

| | | | | | | | | | | |
|--|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|------------|---------|--|------------|
| General Management | | | | | | | | | | |
| Marketing & Sales 5cp | | | | | | | 35/90/5 | 1,2,3,4 | Klausur 90 Minuten | 1/24 |
| Marketing & Sales | 5 | | | | | | | | | |
| Digitale Transformation 5cp | | | | | | | 45/80/5 | 1,2,3,4 | Klausur 90 Minuten | 1/24 |
| Digitale Revolution und Business Transformation | | 5 | | | | | | | | |
| Leadership Skills 5cp | | | | | | | 35/90/5 | 1,2,3,4 | Klausur 90 Minuten | 1/24 |
| Leadership Skills | | | | 5 | | | | | | |
| Entrepreneurship 5cp | | | | | | | 45/80/5 | 1,2,3,4 | Klausur 90 Minuten | 1/24 |
| Entrepreneurship – Von der Idee zum Start-Up: Der Business-Plan im Fokus | | | | | 5 | | | | | |
| Kolloquium zur Master Thesis 5cp | | | | | | | 60/65/5 | 3,4 | Präsentation | 1/24 |
| Kolloquium zur Master Thesis | | | | | | 5 | | | | |
| Wahlpflichtmodule | | | | | | | | | | |
| Wahlpflichtmodul 1 (beispielhaft) | | | | 5 | | | 45/80/5 | 1,2,3,4 | Hausarbeit | 1/24 |
| Wahlpflichtmodul 2 (beispielhaft) | | | | | 5 | | 40/85/5 | 1,2,3,4 | Projektarbeit, Präsentation, Seminarteilnahme | 1/24 |
| Master Thesis | | | | | | 15 | 0/375/15 | | Master-Thesis | 1/8 |
| | | | | | | | | | | 1 |
| CP pro Semester | 20 | 20 | 20 | 20 | 20 | 20 | 120 | | | |
| Workload pro Semester | 500 | 500 | 500 | 500 | 500 | 500 | 3.000 | | | |

| Veranstaltungsbezeichnung | Semester | | | | | Workload Präsenzzeiten (Online-Tutorium + Präsenzseminar) / Selbststudium (Übrige Lernorte) / Credit-Points | Veranstaltungsform 1.Lehrheft, 2.Online-Vorlesung, 3.Online-Tutorium, 4.Präsenzseminar, 5.Betrieb | Prüfungsleistungen | Gewicht für Gesamtnote |
|--|----------|----|----|----|----|---|--|---------------------|------------------------|
| | 1. | 2. | 3. | 4. | 5. | | | | |
| Studiengangsspezifische Module | | | | | | | | | |
| Kommunikationswissenschaften 5cp | | | | | | 30/65/5 | 1,2,3,4 | Klausur 90 Minuten | 1/24 |
| Kommunikationswissenschaften | 5 | | | | | | | | |
| Praxisphase Kommunikationswissenschaften | X | | | | | Selbststudium: 30 | 5 | Praxisbericht | |
| Kommunikationspsychologie 10cp | | | | | | 60/140/10 | 1,2,3,4 | Klausur 120 Minuten | 1/12 |
| Grundlagen der Kommunikationspsychologie | 5 | | | | | | | | |
| Psychologie der digitalen Kommunikation | 5 | | | | | | | | |
| Praxisphase Kommunikationspsychologie | X | | | | | Selbststudium: 50 | 5 | Praxisbericht | |
| Strategisches Kommunikationsmanagement 5cp | | | | | | 30/65/5 | 1,2,3,4 | Klausur 120 Minuten | 1/24 |
| Strategisches Kommunikationsmanagement | 5 | | | | | | | | |
| Praxisphase Strategisches Kommunikationsmanagement | X | | | | | Selbststudium: 30 | 5 | Praxisbericht | |
| Marken- und Produktmanagement 10cp | | | | | | 60/140/10 | 1,2,3,4 | Klausur 120 Minuten | 1/12 |
| Markenmanagement | | 5 | | | | | | | |
| Produktmanagement | | 5 | | | | | | | |
| Praxisphase Marken- und Produktmanagement | | X | | | | Selbststudium: 50 | 5 | Praxisbericht | |
| Operatives Kampagnenmanagement 5cp | | | | | | 30/65/5 | 1,2,3,4 | Klausur 120 Minuten | 1/24 |
| Operatives Management von Marketing- und Kommunikationskampagnen | | 5 | | | | | | | |
| Praxisphase Operatives Kampagnenmanagement | | X | | | | Selbststudium: 30 | 5 | Praxisbericht | |
| Ideen- und Innovationsmanagement 5cp | | | | | | 30/65/5 | 1,2,3,4 | Projektarbeit | 1/24 |
| Kreatives Innovationsmanagement | | 5 | | | | | | | |
| Praxisphase Ideen- und Innovationsmanagement | | X | | | | Selbststudium: 30 | 5 | Praxisbericht | |
| Kommunikationsdesign 5cp | | | | | | 30/65/5 | 1,2,3,4 | Hausarbeit | 1/24 |
| Kommunikationsdesign | | | 5 | | | | | | |
| Praxisphase Kommunikationsdesign | | | X | | | Selbststudium: 30 | 5 | Praxisbericht | |
| Digitale Kommunikation/Applied Digital Communications Lab 10cp | | | | | | 70/130/10 | 1,2,3,4 | ./. | 1/12 |
| Digitale Kommunikation | | | 5 | | | | | | |
| Mobile Marketing | | | 5 | | | | | | |
| Praxisphase Digitale Kommunikation/Applied Digital Communications Lab | | | X | | | Selbststudium: 50 | 5 | Praxisbericht | |
| User Experience (UX) Design 5cp | | | | | | 30/65/5 | 1,2,3,4 | ./. | 1/24 |
| User Experience (UX) Design | | | 5 | | | | | | |
| Praxisphase User Experience (UX) Design | | | X | | | Selbststudium: 30 | 5 | Praxisbericht | |

| | | | | | | | | | |
|--|------------|------------|------------|------------|------------|-----------------------------------|---------|---|------|
| Marketing Analytics und Smart Data 10cp | | | | | | 60/140/10 | 1,2,3,4 | Klausur 120 Minuten | 1/12 |
| Marketing Analytics | | | | 5 | | | | | |
| Smart Data Management | | | | 5 | | | | | |
| Praxisphase Marketing Analytics und Smart Data | | | | X | | Selbststudium: 50 | 5 | Praxisbericht | |
| General Management | | | | | | | | | |
| Marketing & Sales 5cp | | | | | | 30/75/5 | 1,2,3,4 | Klausur 90 Minuten | 1/24 |
| Marketing & Sales | 5 | | | | | | | | |
| Praxisphase Marketing & Sales | X | | | | | Selbststudium: 20 | 5 | Praxisbericht | |
| Digitale Transformation 5cp | | | | | | 30/65/5 | 1,2,3,4 | Klausur 90 Minuten | 1/24 |
| Digitale Revolution und Business Transformation | | 5 | | | | | | | |
| Praxisphase Digitale Transformation | | X | | | | Selbststudium: 30 | 5 | Praxisbericht | |
| Leadership Skills 5cp | | | | | | 30/75/5 | 1,2,3,4 | Klausur 90 Minuten | 1/24 |
| Leadership Skills | | | 5 | | | | | | |
| Praxisphase Leadership Skills | | | X | | | Selbststudium: 20 | 5 | J. | |
| Entrepreneurship 5cp | | | | | | 35/70/5 | 1,2,3,4 | Klausur 90 Minuten | 1/24 |
| Entrepreneurship – Von der Idee zum Start-Up: Der Business-Plan im Fokus | | | | 5 | | | | | |
| Praxisphase Entrepreneurship | | | | X | | Selbststudium: 20 | 5 | Praxisbericht | |
| Kolloquium zur Master Thesis 5cp | | | | | | 60/65/5 | 3,4 | Präsentation | 1/24 |
| Kolloquium zur Master Thesis | | | | 5 | | | | | |
| Praxisphase Kolloquium zur Master Thesis | | | | X | | Selbststudium: abhängig vom Thema | evt. 5 | Praxisbericht | |
| Wahlpflichtmodule | | | | | | | | | |
| Wahlpflichtmodul 1 (beispielhaft) | | | | 5 | | 30/65/5 | 1,2,3,4 | Hausarbeit | 1/24 |
| Praxisphase Wahlpflichtmodul 1 (beispielhaft) | | | | X | | Selbststudium: 30 | 5 | Praxisbericht | |
| Wahlpflichtmodul 2 (beispielhaft) | | | | 5 | | 30/65/5 | 1,2,3,4 | Projektarbeit, Präsentation, Seminarteilnahme | 1/24 |
| Praxisphase Wahlpflichtmodul 2 (beispielhaft) | | | | X | | Selbststudium: 30 | 5 | Praxisbericht | |
| Master Thesis | | | | 15 | | 0/375/15 | | Master-Thesis | 1/8 |
| | | | | | | | | | 1 |
| CP pro Semester | 25 | 25 | 25 | 20 | 25 | 120 | | | |
| Workload pro Semester | 625 | 625 | 625 | 500 | 625 | 3.000 | | | |

Auch im Master-Studiengang unterteilt sich der Studienablauf in die drei übergeordneten Bereiche General Management, Spezialisierungsfächer und Wahlpflichtfächer mit ihren entsprechenden thematisch-fachlichen Ausrichtungen.

Im Bereich General Management wird fachübergreifend wirtschaftswissenschaftliches, managementbezogenes, wissenschaftsmethodisches und Soft Skill bezogenes Wissen und Können vermittelt.

Die Spezialisierungsfächer vermitteln korrespondierend mit und ergänzend zum General Management auf wissenschaftlich fundierter Basis branchenspezifische Handlungskompetenzen und Fähigkeiten wohingegen die Wahlpflichtfächer vor allem anwendungsorientiert sind und eine branchenspezifische Qualifikation ermöglichen, welche dem Studierenden eine Spezialisierung und besondere Qualifizierung auf einen Beruf bzw. ein ganzes Berufsfeld ermöglicht.

Die anwendungsorientierte Profilbildung zieht sich als roter Faden durch alle Studienabschnitte und findet insbesondere durch die interdisziplinäre Verzahnung betriebswirtschaftlicher Fragestellungen mit kommunikationsspezifischen Qualifikationen mit Branchenfokus sowie der Vermittlung nicht fachlicher Qualifikationen, wie etwa Soft Skills, statt.

Aufgrund der inhaltlichen Ausrichtung des vorliegenden Studiengangs auf den Bereich Kommunikationsmanagement in Kombination mit der Vermittlung wesentlicher wirtschaftswissenschaftlicher und managementbezogener Kenntnisse in einem anwendungsorientierten, praktischen Kontext, wird für den hier dargestellten Studiengang „Kommunikationsmanagement“ der Abschluss Master of Arts vergeben. Die Studiengangsbezeichnung steht für die inhaltlichen Schwerpunkte.

Die Prüfungen sind auf die einzelnen, in den Studienheften und begleitenden Veranstaltungen vermittelten Modulhalte abgestimmt. Sie orientieren sich am Erreichen und Verifizieren der in den Modulbeschreibungen des Modulhandbuchs definierten Qualifikations- und Kompetenzziele. Die möglichen Prüfungsarten sind in der Prüfungsordnung dargestellt und in ihrer Kombination und Gewichtung in den Modulen jeweils beschrieben. Besonders die Hausarbeiten integrieren auch die Anwendung wissenschaftlicher Methodenkompetenz. Jede Prüfungsleistung sollte auch die Anwendung des Erlernten auf komplexe Sachverhalte integrieren. Im Verlauf des Studiums steigt die Komplexität der Transferaufgaben. Damit wird das Ziel verfolgt, den Studierenden durch die Anwendung wissenschaftlicher Erkenntnisse und sonstiger Informationen auf konkrete berufliche Situationen vorzubereiten.

Das Studium wird mit der von den Studierenden anzufertigenden Masterarbeit abgeschlossen. Hier besteht bei der jeweiligen dualen Variante die Möglichkeit, das Thema der Master Thesis mit der Ausbildungsstätte abzustimmen. In diesem Fall hat auch die Ausbildungsstätte eine Betreuerfunktion und bietet gegebenenfalls den praktischen Hintergrund (z.B. für den empirischen Teil im Zuge einer Untersuchung oder generell als Case Study) der Thesis. Diese Alternative erfordert eine entsprechende Kommunikation mit dem Hochschulbetreuer.

Bei der dualen Variante steht zudem neben den dargestellten Prüfungsleistungen bei dem Lernort Betrieb der Praxisbericht im Fokus. Für jedes Modul ist diese Prüfungsleistung obligatorisch und im Modulhandbuch festgelegt. Hiermit soll sichergestellt werden, dass die Praxisteile einen in das Studium integrierten und von der Hochschule geregelt, inhaltlich bestimmten und betreuten Ausbildungsabschnitt darstellen

Bewertung:

Das Curriculum trägt den Zielen der Studiengänge angemessen Rechnung und gewährleistet die angestrebte Kompetenzentwicklung und Berufsbefähigung. Es umfasst die Vermitt-

lung von Fachwissen und fachübergreifendem Wissen sowie von fachlichen, methodischen und generischen Kompetenzen.

Die Module sind inhaltlich ausgewogen und sinnvoll miteinander verknüpft. Die definierten Lernergebnisse entsprechen den Anforderungen des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse auf dem jeweiligen Level.

Die Zuordnung des Master-Studienganges zum Profiltyp anwendungsorientiert seitens der Hochschule spiegelt sich in der Umsetzung des Studienganges wider.

Die Abschluss- und die Studiengangsbezeichnungen entsprechen der jeweiligen inhaltlichen Ausrichtung und den nationalen Vorgaben.

Die Prüfungsleistungen und die Abschlussarbeit sind wissens- und kompetenzorientiert und dienen der Feststellung, ob die formulierten Qualifikationsziele erreicht wurden. Jedes Modul schließt in der Regel mit einer das gesamte Modul umfassenden Prüfung ab.

Die Gutachter haben sich sowohl auf Basis der eingereichten Unterlagen, als auch im Gespräch mit den Studiengangsleitern und den Dozenten davon überzeugt, dass beide Studiengänge ihren jeweiligen Niveauforderungen entsprechen. Allerdings weisen die Studiengänge vornehmlich Klausuren, sowie Hausarbeiten als Prüfungsform auf. Auch wiesen einzelne wenige der zur Einsicht vorgelegten Thesen anderer Studiengänge (→ Konzept-Akkreditierung) eine relativ geringe Zahl an bearbeiteten und/oder nachgewiesenen Quellen auf. Die Gutachter empfehlen daher für beide Studiengänge, allerdings insbesondere mit Blick auf den Master-Studiengang und die Vorbereitung auf das hieraus resultierende Promotionsrecht, eine Stärkung auch der Prüfungsformen im Gruppen- und Projektbereich in Erwägung zu ziehen. Außerdem empfehlen sie, die methodischen Forschungskompetenzen bei der Evaluation der Studiengänge besonders in den Blick zu nehmen und im Bedarfsfalle zu verbreitern und/oder zu vertiefen sowie gegebenenfalls Korrekturen und Benotungen einem etwas engermaschigeren Monitoring zu unterziehen.

| | Qualitätsanforderung erfüllt | Qualitätsanforderung nicht erfüllt | Nicht relevant |
|--|------------------------------|------------------------------------|----------------|
| 3.1 Inhaltliche Umsetzung | | | |
| 3.1.1 Logik und konzeptionelle Geschlossenheit des Curriculums | x | | |
| 3.1.2 Begründung der Abschluss- und Studiengangsbezeichnung | x | | |
| 3.1.3 Prüfungsleistungen und Abschlussarbeit | x | | |

3.2 Strukturelle Umsetzung

| | |
|------------------|---|
| Regelstudienzeit | <p>Bachelor Vollzeit: 6 Semester Teilzeit: 8 Semester Dual: 7 Semester</p> <p>Master Vollzeit: 4 Semester Teilzeit: 6 Semester Dual: 5 Semester</p> |
|------------------|---|

| | |
|--|--|
| Anzahl der zu erwerbenden CP | Bachelor: 180 CP Master: 120 CP |
| Studentische Arbeitszeit pro CP | Bachelor und Master: 25 Stunden pro CP |
| Anzahl der Module der Studiengänge | Bachelor: 23 Pflichtmodule, 2 aus 9 Wahlpflichtmodulen müssen gewählt werden Master: 16 Module, 2 aus 5 Wahlpflichtmodulen müssen gewählt werden |
| Module mit einer Größe unter 5 CP inklusive Begründung | Bachelor: 3 Master: keine |
| Bearbeitungsdauer der Abschlussarbeit und deren Umfang in CP | Bachelor: 40-60 Seiten, 12 CP ohne Kolloquium – mit sind es 15 CP, 3 Monate Master: um die 50 Seiten, 15 CP ohne Kolloquium – mit sind es 20 CP, 3 Monate |

| | Wo geregelt in der Prüfungsordnung? |
|--|--|
| Anerkennung von an anderen Hochschulen erbrachten Leistungen | Bachelor: BPO §8 (1), (2) Master: MPO §8 (1), (2) |
| Anrechnung von außerhochschulisch erbrachten Leistungen | Bachelor: BPO §8 (6) Master: MPO §8 (6) |
| Nachteilsausgleich für Studierende mit Behinderung | Bachelor: BPO §15 (4) Master: MPO §14 (4) |
| Relative Notenvergabe oder Einstufungstabelle nach ECTS | Bachelor: BPO §10 Master: MPO §9 |
| Vergabe eines Diploma Supplements | Bachelor: BPO §28 (3) Master: MPO §26 (4) |

Die einzelnen Module sind in den Modulhandbüchern beschrieben. Dort befinden sich insbesondere folgende Angaben:

- Inhalte und Qualifikationsziele
- Lehr- und Lernmethoden
- Dauer des Moduls
- Häufigkeit des Angebots des Moduls
- Zugangsvoraussetzungen
- Verwendbarkeit des Moduls
- Umfang der ECTS-Punkte
- Gesamtworkload und dessen Zusammensetzung (in den dualen Varianten unter Einschluss und Ausweis der betrieblichen Lernzeitanteile)
- Prüfungsart

Bewertung:

Die Struktur dient der Umsetzung des Curriculums und fördert den Kompetenzerwerb der Studierenden. Die Studiengänge sind modularisiert; dabei sind die Workload-Angaben klar und nachvollziehbar hergeleitet.

Praxisanteile sind so gestaltet, dass CP erworben werden können. Module umfassen in der Regel mindestens 5 CP, außer folgende Module des Bachelor-Studienganges: Marketing, Grundlagen der VWL sowie Wirtschaftsinformatik und neue Medien. Letztere Module weisen jeweils 4 CP auf. Hintergrund ist, dass die Inhalte der betreffenden Module sich nicht zur Zusammenführung mit anderen Modulen eignen, die betreffenden Modulinhalt indes nach Ansicht der Gutachter mit Blick auf die konkrete Schwerpunktsetzung des Studienganges ihrem fachlichen Inhalt angemessen gewichtet sind. Zudem ergibt sich hierdurch auch keine unzumutbar erhöhte Prüfungslast für die Studierenden. Die Studiengänge sind so gestaltet,

dass sie Zeiträume für Aufenthalte an anderen Hochschulen und in der Praxis ohne Zeitverlust bieten.

Die Modulbeschreibungen enthalten alle erforderlichen Informationen gemäß KMK-Strukturvorgaben. Studiengang, Studienverlauf und Prüfungsanforderungen sind dokumentiert und veröffentlicht.

Die Gesamtregelstudienzeit beträgt im Vollzeitstudium fünf Jahre (zehn Semester).

Es existiert eine rechtskräftige Prüfungsordnung, sie wurde einer Rechtsprüfung unterzogen. Die Vorgaben für die Studiengänge sind darin unter Einhaltung der nationalen und landesspezifischen Vorgaben umgesetzt. Anerkennungsregeln für an anderen Hochschulen erbrachte Leistungen gemäß der Lissabon Konvention und außerhochschulisch erbrachte Leistungen sind festgelegt. Ein Anspruch auf Nachteilsausgleich für Studierende mit Behinderung hinsichtlich zeitlicher und formaler Vorgaben im Studium sowie bei allen abschließenden oder studienbegleitenden Leistungsnachweisen ist sichergestellt. Die Abschlussnote wird auch mit einer relativen Note angegeben.

Die Studierbarkeit wird durch die Berücksichtigung der erwarteten Eingangsqualifikationen, eine geeignete Studienplangestaltung, eine plausible Workloadberechnung, eine adäquate und belastungsangemessene Prüfungsdichte und -organisation sowie Betreuungs- und Beratungsangebote gewährleistet. Die Belange von Studierenden mit Behinderung werden berücksichtigt.

| | | Qualitätsanforderung erfüllt | Qualitätsanforderung nicht erfüllt | Nicht relevant erfüllt |
|-------|--|------------------------------|------------------------------------|------------------------|
| 3.2 | Strukturelle Umsetzung | | | |
| 3.2.1 | Struktureller Aufbau und Modularisierung | x | | |
| 3.2.2 | Studien- und Prüfungsordnung | x | | |
| 3.2.3 | Studierbarkeit | x | | |

3.3 Didaktisches Konzept

Die Konzeption der Studiengänge sieht vor, dass die theoretischen Kenntnisse im Fernstudium vermittelt werden und weist für diesen Teil einen höheren Anteil an Selbststudienzeit als an Präsenzzeit aus. Dieses Selbststudium bedarf einer besonderen Unterstützung durch dafür speziell entwickeltes Lehrmaterial. Neben den fernstudien-spezifischen Studienheften verfolgt das didaktische Konzept der Hochschule ein integriertes Konzept unterschiedlicher Vermittlungsformen in der in den Modulbeschreibungen jeweils vermerkten, spezifischen Aufteilung. Alle Studienhefte eines Semesters werden zu Semesterbeginn versendet, um den Studierenden möglichst frühzeitig die Möglichkeit zu geben, in die Selbstlernphase einzusteigen.

Einen wichtigen Schwerpunkt innerhalb der dualen Variante bildet die Ausbildungsstätte als Lernort für die Vermittlung von praktischen Fähigkeiten. Der Studienverlaufsplan sieht vor, dass die Studieninhalte mit den zu durchlaufenden Abteilungen der praktischen Ausbildung im Betrieb korrespondieren und so eine bestmögliche Kombination zwischen theoretischem Studium und praktischer Ausbildung gewährleistet werden soll. Dabei ist der Studienablauf der dualen Variante so konzipiert, dass dem Studierenden zuerst generelle operative Arbeitsabläufe der einzelnen relevanten Abteilungen praktisch vermittelt werden sollen und darauf basierend im weiteren Ausbildungsverlauf die entsprechende strategische Umsetzung innerhalb der relevanten Abteilungen der Ausbildungsstätte im Vordergrund steht.

Die Vermittlung der Studieninhalte soll durch Blended Learning erfolgen. Dem Studierenden werden die folgenden Lehrmethoden angeboten:

- Online-Vorlesung: Hierbei handelt es sich um interaktive Veranstaltungen, die zeitlich unabhängig online aufgerufen werden können. Die Inhalte der Studienbriefe werden erläutert und mit Beispielen ergänzt. Sie können ebenfalls von Gastreferenten aus der Praxis gehalten werden, um Einblicke in das aktuelle Berufsleben zu ermöglichen.
- Online-Tutorium: Diese Tutorien sind interaktiv angelegt und werden mittels der virtuellen Klassenzimmer-Software Adobe Connect durchgeführt. Der Lehrende und die Studierenden treffen sich pro Modul zu fünf festgelegten Terminen im Semester. Die Studierenden haben die Möglichkeit, offene Fragen zu klären und das theoretisch vermittelte Wissen anhand von Fallbeispielen und Übungsaufgaben anzuwenden. Studierende der dualen Variante haben zusätzlich die Möglichkeit, sich über die Erfahrungen im Praxisbetrieb und die Anwendung der Studieninhalte in der Praxis auszutauschen.
- Online-Übungen: Online-Übungen bestehen aus online bereitgestellten Übungsaufgaben oder Fallstudien zu den Lehrinhalten der jeweiligen Module, die von den Studierenden je nach Aufgabenstellung allein oder in der Gruppe bearbeitet werden können (über ein Forum sowie Chats). Die erarbeiteten Lösungen werden in den Online-Tutorien unter den Studierenden diskutiert.
- Seminar: In den Präsenzseminaren sollen vor allem überfachliche Inhalte und Soft Skills vermittelt sowie die Anwendungen des Erlernten gefördert werden. Bei einigen wenigen Modulen ist die Teilnahme an Präsenzseminaren verpflichtend, um die Lernziele zu erreichen (z.B. das Spezialisierungsmodul „Planspiel General Management“).

Im Rahmen des Zeitkontingents der Online-Vorlesung, des Online-Tutoriums oder der Präsenzphasen können modulbezogene Inhalte oder supra-curricular allgemeine Inhalte darüber hinaus auch in besonderen Veranstaltungen wie Gastvorträgen, Diskussionen, Unterrichtsgesprächen, Exkursionen etc. vermittelt werden.

Ein erweiterter virtueller Lernraum, der auf der IST-Online-Plattform basiert, vergrößert den Lerncampus der Studierenden. Die virtuellen Kursräume, die Diskussionsforen, das interne Nachrichtensystem, die digitalen Ressourcen und Links werden im Rahmen des Blended Learning auf die Seminarräume und die private Lernumgebung des Studierenden im Selbststudium abgestimmt.

Bewertung:

Das didaktische Konzept der Studiengänge ist nachvollziehbar und auf das Studiengangsziel hin ausgerichtet. In den Studiengängen sind adäquate Lehr- und Lernformen vorgesehen. Die begleitenden Lehrveranstaltungs-materialien entsprechen dem zu fordernden Niveau und sind zeitgemäß.

| | | Qualitätsanforderung erfüllt | Qualitätsanforderung nicht erfüllt | Nicht relevant |
|-----|----------------------|------------------------------|------------------------------------|----------------|
| 3.3 | Didaktisches Konzept | | x | |

4 Wissenschaftliches Umfeld und Rahmenbedingungen

4.1 Personal

Die Hochschule hat zu den Studiengängen eine Lehrverflechtungsmatrix eingereicht. In dieser sind die Lehrbeauftragten und Modulverantwortlichen aufgeführt. Professoren werden nach Bedarf von wissenschaftlichen Mitarbeitern bei der Durchführung der Online-Tutorien unterstützt. Als Ergänzung zu den hauptamtlich Lehrenden, werden einige Pflichtmodule von Lehrenden anderer Hochschulen, bzw. berufungsfähigen Lehrbeauftragten allein betreut oder in Zusammenarbeit mit einem oder mehreren hauptamtlich Lehrenden angeboten.

Weiterhin werden Lehrbeauftragte in den Vertiefungen der jeweiligen Semester eingesetzt, um einen aktuellen Bezug zur Berufspraxis zu gewährleisten, bzw. den für das jeweilige Thema am besten geeigneten Lehrenden zu gewinnen. Für die Betreuung der Studierenden stehen außerdem die Mitarbeiter der Fachbereiche am IST-Studieninstitut zur Verfügung.

Die Erstellung der Studienhefte erfolgt unter der Verantwortung der hauptamtlich berufenen Professoren, unterstützt von an anderen Hochschulen berufenen Professoren, sowie sonstigen berufungsfähigen Personen. Teilweise bedienen sich die Autoren der Unterstützung durch wissenschaftliche Mitarbeiter, die entsprechend auch als Mitautoren bei den Lehrbriefen genannt werden.

Die überwiegende Mehrheit der als Modulverantwortliche benannten Personen hat ein ordentliches Promotionsverfahren abgeschlossen. Alle benannten Personen haben durch Lehraufträge an Hochschulen sowie in der beruflichen Bildung umfangreiche Lehrerfahrung gesammelt. Darüber hinaus wird von den berufenen Professoren der Besuch von spezifischen hochschuldidaktischen Seminaren erwartet. Alle anderen Lehrenden sind oder waren in der Regel bereits an anderen Hochschulen tätig und dokumentieren nach Ansicht der Hochschule so ihre pädagogisch/didaktische Qualifikation. Der geringe Teil der nicht berufenen und nicht zu berufenen Lehrenden qualifiziert sich durch die einschlägige praktische Lehrerfahrung in der beruflichen und/oder akademischen Bildung, so die Hochschule weiter. Dieser Gruppe wird die Gelegenheit zum Besuch von spezifischen hochschuldidaktischen Seminaren gegeben.

Der Studiengangsleiter ist verantwortlich für alle Fragen des Studienganges. Er hat jedoch wesentliche Änderungen mit dem Fachbereichsrat und dem Präsidium abzustimmen. Insbesondere ist er zur Koordination der Abläufe aller im Studiengang Mitwirkenden und eines störungsfreien Ablaufs des Studienbetriebes berufen. Er wird vertreten durch den Dekan des Fachbereichs oder den Vizepräsidenten für Studium und Lehre.

Über eine eigens für die IST-Hochschule für Management programmierte Verwaltungssoftware kann der Studiengangsleiter den jeweiligen Leistungs- und Lernstand der Studierenden aufrufen. Über diese Software kann nachvollzogen werden, welche Studienhefte die Studierenden bereits erhalten, welche Prüfungsleistungen sie mit welchem Erfolg abgelegt oder an welchen Präsenzphasen sie bereits teilgenommen haben. Über die Software hat der Studiengangsleiter auch die Möglichkeit, sich die Notendurchschnitte einzelner Prüfungsleistungen aufzurufen, um schon frühzeitig auf entsprechende Tendenzen, die zu Störungen im Lernprozess bei den Studierenden führen könnten, zu reagieren. Somit ist auch die Nachvollziehbarkeit und Bewertung der Lernprozesse und Lernfortschritte gewährleistet, entsprechend kann der Studiengangsleiter oder in seinem Auftrag der Tutor, bei Abweichungen auf den Studierenden zugehen und in Abstimmung mit diesem Schritte zur Verbesserung einleiten.

Zur Unterstützung und Betreuung der Studierenden und der Lehrenden steht Personal aus verschiedenen Bereichen der Hochschule zur Verfügung. Studierende können darüber hinaus verschiedene internetgestützte Angebote, so zum Beispiel den Abruf der Studienhefte,

Online-Vorlesungen und Aufzeichnungen der Online-Tutorien, des eigenen Notenspiegels, der Benotung einzelner Prüfungsleistungen oder Informationen zu den Präsenzphasen (z.B. Termine, Hintergrundinformationen zum Dozenten, Anfahrtsbeschreibungen, Hotelhinweise etc.), wahrnehmen.

Insgesamt verfügt die Hochschule über folgendes Personal aus zentralen Bereichen:

- 2,5 Mitarbeiter für die Anmeldung/Immatrikulation
- 2,5 Mitarbeiter für das Prüfungsamt
- 2 Mitarbeiter für die Buchhaltung
- 2 Mitarbeiter für die zentrale Studienberatung
- 1,5 Mitarbeiter für die Präsenzphasenplanung
- 2 Mitarbeiter für die Präsenzphasenorganisation
- 2 Mitarbeiter für die Lehrmaterialkoordination und den -versand
- 2 Mitarbeiter für den technischen Support

Personal für die Verwaltungsunterstützung des Bachelorprogramms:

- 1 Studiengangsleiter
- 8-10 Mitarbeiter für die Beratung von Interessenten und Betreuung der Studierenden
- 1 Mitarbeiter im Bereich PC-/Internetunterstützung
- Service-Hotline

Personal für die Verwaltungsunterstützung des jeweiligen Masterprogramms:

- 1 Studiengangsleiter
- 3-4 Mitarbeiter für die Beratung von Interessenten und Betreuung der Studenten
- 1 Mitarbeiter im Bereich PC-/Internetunterstützung
- Service-Hotline

Weiterbildungsmaßnahmen in Form von Seminaren, Schulungen, u.a. für Verwaltungsmitarbeiter werden von Seiten der Hochschule angeboten.

Bewertung:

In beiden Studiengängen ist jeweils eine Professur zum Zeitpunkt der Begutachtung noch nicht besetzt gewesen. Für die Professur „Kommunikationsmanagement“ und die Professur „Management im Gesundheitswesen“ und die daraus resultierenden Lücken in der Lehrverflechtungsmatrix hinsichtlich der Lehrbeauftragten waren daher noch keine Angaben vorhanden. Im Rahmen der Stellungnahme hat die Hochschule mitgeteilt, dass die Professur „Kommunikationsmanagement“ besetzt, aber noch nicht berufen wurde. Genauso konnte eine neue Liste mit Kandidaten für die Professur „Management im Gesundheitswesen“ erstellt werden.

Im Übrigen korrespondieren Anzahl und Struktur des Lehrpersonals, auch unter Berücksichtigung der Mitwirkung in anderen Studiengängen, mit den Anforderungen des Studienganges. Sie entsprechen den nationalen Vorgaben. Sie entsprechen den nationalen Vorgaben. Maßnahmen zur Personalentwicklung und -qualifizierung des Lehrpersonals sind vorhanden.

Die Gutachter empfehlen daher folgende **Auflage** auszusprechen:

Die Hochschule weist die Besetzung

- der Professur „Kommunikationsmanagement“ (**Master-Studiengang**) sowie
 - der Professur „Management im Gesundheitswesen“ (**Bachelor-Studiengang**)
- genauso wie die der noch nicht besetzten Stellen der Lehrbeauftragten nach. Sie belegt – wo bislang noch nicht geschehen – die hinreichende Qualifikation aller Nachbesetzungen mittels Vorlage der entsprechenden CVs. (*Rechtsquelle: Ziffer 2.7 „Ausstattung“ der Regeln des Akkreditierungsrates*)

Die Studiengangsleitung organisiert und koordiniert die Beiträge aller in den Studiengängen Mitwirkenden und trägt Sorge für einen störungsfreien Ablauf des Studienbetriebes. Die Studiengangsorganisation gewährleistet die Umsetzung der Studiengangskonzepte.

Die Verwaltungsunterstützung ist gewährleistet. Maßnahmen zur Personalentwicklung und -qualifizierung des Verwaltungspersonals sind vorhanden.

| | | Qualitätsanforderung erfüllt | Qualitätsanforderung nicht erfüllt | Nicht relevant |
|-------|---|------------------------------|------------------------------------|----------------|
| 4.1 | Personal | | | |
| 4.1.1 | Lehrpersonal | | | Auflage |
| 4.1.2 | Studiengangsleitung und Studienorganisation | x | | |
| 4.1.3 | Verwaltungspersonal | x | | |

4.2 Kooperationen und Partnerschaften

Die Kooperation mit Unternehmen ist ein großer Bestandteil in der dualen Variante des Studienganges. Die Einzelheiten sind in einem Kooperationsvertrag zwischen der Hochschule und dem Unternehmen verbindlich festgelegt. Dort ist u.a. geregelt, dass die Ausbildungsstätte:

- den Studierenden für die jeweilige Dauer des betreffenden Studienganges ausbildet.
- Sorge trägt, dass die Ausbildungsphasen entsprechend der Rahmenvorgaben (Modulhandbuch bzw. Praxisberichte) der Hochschule absolviert werden. Der Studierende wird innerhalb der Ausbildungszeit von einem Mitarbeiter (Ausbildungsbeauftragter) betreut, der ihn bei auftretenden Frage- und Problemstellungen unterstützt und ebenfalls als Ansprechpartner für die Hochschule zur Verfügung steht. Für die gesamte Dauer des Studiums wird ein individueller Studien- und Ausbildungsplan erstellt. Die Verknüpfung von Studien- und Ausbildungsphasen wird durch das Modulhandbuch des Studienganges und durch die Studien- und Prüfungsordnung sichergestellt.
- die Feststellung der Eignung sowie deren Überwachung durch die Hochschule ermöglicht,
- den Studierenden die Kenntnisse, Fertigkeiten und beruflichen Erfahrungen vermittelt, die zum Erreichen der Qualifikationsziele nach dem Modulhandbuch des Studienganges erforderlich sind.
- die praktische Ausbildung in Anlehnung an das Modulhandbuch bzw. die Praxisberichte so durchführt, dass das Ausbildungsziel in der vorgesehenen Zeit erreicht werden kann.
- den Studierenden ausreichend Zeit für das Selbststudium gemäß dem Modulhandbuch gewährt wird sowie ihn zu den Prüfungs- und Seminarterminen freistellt

Die Verzahnung von Theorie und Praxis sowie die Überprüfung der betrieblichen Praxisanteile erfolgt über Praxisberichte, die von den Studierenden zu jedem Modul angefertigt werden müssen. Diese Berichte werden seitens der Hochschule geprüft und bewertet und sind zusätzliche Voraussetzung für die Vergabe der ECTS-Punkte des jeweiligen Moduls. Die Praxishefte sollen einen in das Studium integrierten und von der Hochschule geregelten, inhaltlich bestimmten und betreuten Praxisabschnitt sicherstellen. Im Praxisbericht muss der Studierende nachweisen, dass ihm die konkreten Lernziele und -inhalte auch in der Praxis vermittelt wurden.

Bewertung:

Soweit die Hochschule im Rahmen der dualen Varianten der Studiengänge die Praxispartner in die Durchführung von Teilen der Studiengänge einbindet, gewährleistet sie die Umsetzung und die Qualität der Studiengangskonzepte. Umfang und Art bestehender Kooperationen sind beschrieben und die der Kooperation zu Grunde liegenden Vereinbarungen sind dokumentiert.

| | | Qualitätsanforderung erfüllt | Qualitätsanforderung nicht erfüllt | Nicht relevant |
|-----|--|------------------------------|------------------------------------|----------------|
| 4.2 | Kooperationen und Partnerschaften (falls relevant) | x | | |

4.3 Sachausstattung

Der Lerncampus der Studierenden definiert sich im Wesentlichen durch die Seminarräumlichkeiten bei den Präsenzphasen, die „Online-Lernplätze“ innerhalb der hochschulischen Internet Lernplattform und die individuellen Lernräume der Studierenden im Selbststudium.

Die Seminarräumlichkeiten der Hochschule sind multimedial ausgestattet und verfügen über Beamer, Whiteboards/Tafeln und Flipcharts. Die Räumlichkeiten erlauben einen barrierefreien Zugang. Regelmäßig werden die Räumlichkeiten durch eine extern bestellte Fachkraft für Arbeitssicherheit im Rahmen einer sog. Gefährdungsbeurteilung gem. § 5 Arbeitsschutzgesetz und § 3 Betriebssicherheitsverordnung begutachtet.

Die Studierenden haben über das Internet Zugriff auf das Statistik-Portal „Statista“, das Ihnen Zugang zu relevanten Daten aus 18.000 Quellen bietet. Zudem hat die Hochschule eine Kooperation mit der EBL, einem Anbieter von E-Book-Lizenzen. Dort können die Studierenden aus einer thematisch sortierten Datenbank von über 260.000 Büchern (davon über 30.000 deutschsprachige) auswählen. Die Studierenden haben auf alle Bücher zeitlich begrenzt online Zugriff. Falls der Studierende das E-Book länger benötigt, kann er es bei der Hochschule bestellen. Durch ein entsprechendes Lizenzmodell ist gewährleistet, dass jeder Studierende Zugriff auf die erworbenen Bücher der Hochschule hat.

Neben dieser E-Book-Plattform hat die Hochschule bei ausgewählten Fachverlagen/Konsortien Lizenz-Pakete (EBSCO, NWB-Verlag) gekauft, die das Angebot in der Breite für die Studierenden noch erweitern sollen. So soll sichergestellt werden, dass ein elektronischer Zugriff auf nahezu alle in den Modulbeschreibungen angegebene Literatur möglich ist. An den Punkten, wo dies nicht möglich ist, können die Studierenden über eine Fernleihe auf den Literaturbestand der Hochschule zugreifen. Den Studierenden steht an der Hochschule der Handapparat an allgemeiner und branchenspezifischer Literatur zur Verfügung. Der gesamte Bestand ist katalogisiert und kann von den Studierenden mit einer Bibliothekssoftware entsprechend durchsucht werden. Während der Präsenztage und ansonsten nach Absprache können Studierende aus dem Bestand Bücher ausleihen und in den Räumlichkeiten der Hochschule damit arbeiten.

Darüber hinaus stehen mit der Universitäts- und Landesbibliothek Düsseldorf und der Bibliothek der Hochschule Düsseldorf zwei weitere Einrichtungen zur Verfügung, bei denen interessierte Studierende einen Bibliotheksausweis beantragen können.

Bewertung:

Die adäquate Durchführung der Studiengänge ist hinsichtlich der qualitativen und quantitativen räumlichen Ausstattung gesichert. Die Räume und Zugänge sind behindertengerecht ausgestattet und barrierefrei erreichbar.

Die adäquate Durchführung der Studiengänge ist hinsichtlich der Literaturlausstattung und ggf. dem Zugang zu digitalen Medien und relevanten Datenbanken sowie der Öffnungszeiten und Betreuungsangebote der Bibliothek gesichert.

| | | Qualitätsanforderung erfüllt | Qualitätsanforderung nicht erfüllt | Nicht relevant |
|-------|---|------------------------------|------------------------------------|----------------|
| 4.3 | Sachausstattung | | | |
| 4.3.1 | Unterrichtsräume | x | | |
| 4.3.2 | Zugangsmöglichkeiten zur erforderlichen Literatur | x | | |

4.4 Finanzausstattung

Das IST-Studieninstitut hat im Rahmen eines Garantievertrages unwiderruflich und unbedingl die Verpflichtung übernommen, die durch den Hochschulbetrieb zukünftig entstehenden Kosten zu decken und bereits entstandene Verluste (auch i.S.v. § 17 Satz 2 Nr.2 KStG i.V.m. § 302 AktG) zu übernehmen.

Zur Sicherung der Rechte der IST-Hochschul-GmbH aus diesem Vertrag hat die IST-Studieninstitut-GmbH eine selbstschuldnerische, unwiderrufliche, unbedingte und unbefristete Bürgschaft der Stadtparkasse Düsseldorf unter Verzicht auf die Einrede der Anfechtung, der Aufrechnung und der Vorausklage (§§ 770 und 771 BGB) in Höhe des von einem vereidigten Wirtschaftsprüfer vorgeschlagenen, und vom Ministerium für Innovation, Wissenschaft, Forschung und Technologie NRW abschließend festgelegten Bürgschaftsbetrages, hinterlegt. Die Bürgschaftssumme wurde gemäß Anerkennungsbescheid entsprechend der Studierendenzahlen- und Kostenentwicklung bemessen und von einem Wirtschaftsprüfer bestätigt. Sie ist so bemessen, dass ein laufender Studienzyklus in jedem Fall bis zum Abschluss durchlaufen werden kann, so die Hochschule.

Die Finanzierungskonzeption ist so ausgelegt, dass sich die Hochschule mittel- und langfristigl selbstständig trägt. Das Ministerium für Innovation, Wissenschaft, Forschung und Technologie des Landes NRW hat einen entsprechenden Plan gebilligt und geht davon aus, dass die Studienfinanzierung auch im Insolvenzfall gesichert ist. Aufgrund des Ergebnisabführungs- und des Garantievertrages ist die Finanzierungssicherheit auch unter Berücksichtigung des neu zu akkreditierenden Studienganges für die Dauer des Akkreditierungszeitraumes zusätzlich zur beschriebenen Bürgschaft auch durch die Ertragsstärke des IST-Studieninstitutes und der IST-Hochschule gegeben.

Bewertung:

Eine adäquate finanzielle Ausstattung der Studiengänge ist vorhanden, so dass sichergestellt ist, dass die Studierenden ihr Studium abschließen können.

| | | Qualitätsanforderung erfüllt | Qualitätsanforderung nicht erfüllt | Nicht relevant |
|-----|-------------------|------------------------------|------------------------------------|----------------|
| 4.4 | Finanzausstattung | x | | |

5 Qualitätssicherung und Weiterentwicklung

Das IST-Studieninstitut ist seit 2008 nach DIN EN ISO 9001 zertifiziert, die IST-Hochschule hat seit Gründung ebenfalls das bestehende Qualitätsmanagementsystem übernommen und für ihre Ansprüche weiterentwickelt.

Qualitätssicherung und -entwicklung der Studiengänge ist Bestandteil des Qualitätsmanagementsystems des IST-Studieninstitutes und wird hauptsächlich über die Prozesse „Planung von Bildungsangeboten“ und „Erstellung und Pflege von Bildungsangeboten“, mit den jeweils zugehörigen Tätigkeitsbeschreibungen, Checklisten und Vorgabedokumenten, realisiert. Unterstützend wird auf den Prozess der Marktanalyse zurückgegriffen. Auf der Managementebene finden die Evaluationsergebnisse dieser Prozesse Eingang in die Prozesse „Unternehmensführung“, „Personalmanagement“ und „IST-Prozesse evaluieren und optimieren“.

Studierendenbefragungen zu den Lehrveranstaltungen (Präsenzphasen und Online-Tutorien) und den Lehrmaterialien (Studienhefte und Online-Vorlesungen) sind festgeschriebene Vorgaben in dem bestehenden Qualitätsmanagementsystem. Ziel ist, eine Rückmeldung der Studierenden zur Lehrqualität, zu den Lehrinhalten und zur Studienorganisation zu erlangen, die dann systematisch ausgewertet wird und Einfluss auf künftige Qualität und Inhalt der Lehre, die strategische Weiterentwicklung der Organisation und die Organisationsabläufe hat. Zur Gesamtmodulevaluation wird den Studierenden ein umfassender Modulfragebogen, der alle wesentlichen Aspekte eines Moduls wie Inhalt, Qualität der einzelnen Veranstaltungen und den tatsächlich geleisteten Workload umfasst, nach Beendigung des jeweiligen Moduls online zur Verfügung gestellt und kann dort anonym ausgefüllt werden.

Die Befragung der Lehrenden ist ein fest integrierter Bestandteil innerhalb des Prozesses „Seminarorganisation“. Nach Beendigung aller Online-Tutorien und aller Online-Vorlesungen eines Moduls soll der jeweilige Lehrende einen speziellen Bewertungsbogen online ausfüllen. Ziel ist die Beurteilung der organisatorischen Abläufe und die Qualität der Lehre aus Sicht der Lehrenden. Die Auswertung der Bewertungsbögen erfolgt regelmäßig nach den jeweiligen Veranstaltungen. Die Ergebnisse haben Einfluss auf die Entwicklung und Überarbeitung der Angebote und sollen helfen, die Selbststeuerung der Organisation kontinuierlich zu verbessern.

In der dualen Variante werden laut der Hochschule Praxispartner regelmäßig durch Vertreter der Hochschule besucht, um sicherzustellen, dass die dort „angesiedelten“ Lernziele bzw. -inhalte adäquat vermittelt werden. Zudem finden in regelmäßigen Abständen „Ausbilder-Workshops“ an der Hochschule statt, um die Praxispartner über die Abläufe des dualen Studienganges zu unterrichten und im gemeinsamen Austausch die in den einzelnen Modulen zu vermittelnden Lernziele und -inhalte zu besprechen.

Bewertung:

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

| | | Qualitätsanforderung erfüllt | Qualitätsanforderung nicht erfüllt | Nicht relevant |
|----|--|------------------------------|------------------------------------|----------------|
| 5. | Qualitätssicherung und Weiterentwicklung | x | | |

Qualitätsprofil

Hochschule: IST-Hochschule für Management, Düsseldorf

Bachelor-Studiengang: Management im Gesundheitswesen (B.A.)

Master-Studiengang: Kommunikationsmanagement (M.A.)

Beurteilungskriterien

Bewertungsstufen

| | | Qualitätsanforderung erfüllt | Qualitätsanforderung nicht erfüllt | Nicht relevant |
|-----------|---|------------------------------|------------------------------------|----------------|
| 1. | Zielsetzung | x | | |
| 2. | Zulassung | | | |
| 2.1 | Zulassungsbedingungen | x | | |
| 2.2 | Auswahl- und Zulassungsverfahren | | | x |
| 3. | Inhalte, Struktur und Didaktik | | | |
| 3.1 | Inhaltliche Umsetzung | | | |
| 3.1.1 | Logik und konzeptionelle Geschlossenheit des Curriculums | x | | |
| 3.1.2 | Begründung der Abschluss- und Studiengangsbezeichnung | x | | |
| 3.1.3 | Prüfungsleistungen und Abschlussarbeit | x | | |
| 3.2 | Strukturelle Umsetzung | | | |
| 3.2.1 | Struktureller Aufbau und Modularisierung | x | | |
| 3.2.2 | Studien- und Prüfungsordnung | x | | |
| 3.2.3 | Studierbarkeit | x | | |
| 3.3 | Didaktisches Konzept | x | | |
| 4. | Wissenschaftliches Umfeld und Rahmenbedingungen | | | |
| 4.1 | Personal | | | Auflage |
| 4.1.1 | Lehrpersonal | x | | |
| 4.1.2 | Studiengangsleitung und Studienorganisation | x | | |
| 4.1.3 | Verwaltungspersonal | x | | |
| 4.2 | Kooperationen und Partnerschaften (falls relevant) | x | | |
| 4.3 | Sachausstattung | | | |
| 4.3.1 | Unterrichtsräume | x | | |
| 4.3.2 | Zugangsmöglichkeiten zur erforderlichen Literatur | x | | |
| 4.4 | Finanzausstattung (relevant für nicht-staatliche Hochschulen) | x | | |
| 5. | Qualitätssicherung und Weiterentwicklung | x | | |