

Beschluss der FIBAA-Akkreditierungskommission für Programme

91. Sitzung am 11. Juli 2014

99. Sitzung am 15. Juli 2016: Erweiterung der bestehenden Akkreditierung um den Standort Köln (siehe auch Gutachten ab S. 38)

106. Sitzung am 23. März 2018: Erweiterung der bestehenden Akkreditierung um den Standort Stuttgart (siehe auch Gutachten ab S. 51)

Projektnummer: 13/112

Hochschule: International School of Management (ISM), Standorte Dortmund, Frankfurt, München, Hamburg

Studiengang: Global Brand & Fashion Management (B.A.)

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

Der Studiengang wird gemäß Abs. 3.1.2 i.V.m. 3.2.1 der Regeln des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung i.d.F. vom 20. Februar 2013 unter einer Auflage für sieben Jahre re-akkreditiert.

Akkreditierungszeitraum: 11. Juli 2014 bis Ende Sommersemester 2021

Auflage:

Die curriculare Einbettung des Praktikums, seine akademische Begleitung und die Entscheidung über die Vergabe von ECTS-Punkten durch den für das Praktikum zuständigen Hochschullehrer sind sicherzustellen. (siehe Kap. 3.1)

Rechtsgrundlage: Anlage zu den Ländergemeinsamen Strukturvorgaben für die Akkreditierung von Bachelor- und Masterstudiengängen (Beschluss der KMK i.d.F. vom 04.02.2010) i.V.m. Ziff. 2.3 der Regeln des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung i.d.F. vom 23.02.2012

Die Auflage ist erfüllt.

Die FIBAA-Akkreditierungskommission für Programme am 19. Juni 2015.

Das Siegel des Akkreditierungsrates wird vergeben.

Gutachten

Hochschule:

ISM International School of Management
Standorte Dortmund, Frankfurt, München, Hamburg

Bachelor-Studiengang

Global Brand & Fashion Management

Abschlussgrad:

Bachelor of Arts (B.A.)

Allgemeine Informationen zum Studiengang

Kurzbeschreibung des Studienganges:

Ziel des Studienganges ist die Vermittlung einer betriebswirtschaftlichen Grundausbildung, die zugleich in den Bereichen Brand & Marketing Management, Fashion Management und Retail Management vertieft bzw. spezialisiert werden soll. Dabei bereitet die ISM gezielt auf ein internationales Tätigkeitsfeld vor: Die Studierenden belegen Fremdsprachenkurse in Englisch und Französisch oder Italienisch. Darüber hinaus absolvieren sie mindestens ein Semester im Ausland, wo sie Erfahrungen mit fremden Kulturen und deren kommunikativen Besonderheiten sammeln.

Zuordnung des Studienganges:

grundständig

Studiendauer:

European Track: 6 Semester

Global Track: 7 Semester

Akkreditierungsart:

Re-Akkreditierung

Studienform:

Vollzeit

Double/Joint Degree vorgesehen:

nein

Aufnahmekapazität:

128 Plätze

Start zum:

sowohl zum Wintersemester als auch zum Sommersemester

Erstmaliger Start des Studienganges:

European Track: WS 2013/2014,

Global Track: WS 2014/2015

Zügigkeit (geplante Anzahl der parallel laufenden Jahrgänge):

einzügig an den Standorten Dortmund, Frankfurt, München, Hamburg

Umfang der ECTS-Punkte des Studienganges:

European Track: 180

Global Track: 210

Stunden (Workload) pro ECTS-Punkt:

30

Ablauf des Akkreditierungsverfahrens¹

Am 31. Oktober 2013 wurde zwischen der FIBAA und der ISM International School of Management ein Vertrag über die Re-Akkreditierung des Studienganges Global Brand & Fashion Management (B.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 24. Februar 2014 übermittelte die Hochschule einen begründeten Antrag, der eine Darstellung des Studienganges 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. Ullrich Günther

Leuphana Universität Lüneburg
Professor für Wirtschaftspsychologie

Prof. Dr. Otto Altendorfer

Hochschule Mittweida
Professor für Publizistik und Kommunikationswissenschaften

Prof. Dr. Stephan Sonnenburg

Karlshochschule International University
Professor für Kreativität und Transformatives Management

Prof. Dr. Thomas A. Rasmussen

Fachhochschule Stralsund
(Leisure and Tourism Management, Accounting, Business Economics, Kulturtourismus, Event Management)

RA Christoph Fay

Deutsche Lufthansa AG
Leiter Hochschulmarketing und Nachwuchskräfteförderprogramm (Personalmanagement)

Sebastian Knobloch

Bergische Universität Wuppertal
Studierender im Master-Studiengang Entrepreneurship und Innovation (M.Sc.)
und Psychologie (B.Sc.) FernUni Hagen
abgeschlossen: Business Administration (B.A.), Fachhochschule Düsseldorf

FIBAA-Projektmanager:

Nina Hürter M.A.

Die Begutachtung beruht auf der Antragsbegründung, ergänzt um weitere, vom Gutachterteam erbetene Unterlagen, und einer Begutachtung vor Ort. Die Begutachtung vor Ort wurde 01./02. April 2014 in den Räumen der Hochschule in Dortmund durchgeführt. Im gleichen Cluster wurden die Studiengänge

- Communications & Marketing (B.A.)
- Psychology & Management (B.A.)

¹ Lediglich zur Vereinfachung der Lesbarkeit des Fragen- und Bewertungskataloges erfolgt im Folgenden keine geschlechtsbezogene Differenzierung.

- Tourism & Event Management (B.A.)

begutachtet. In einem zweiten Cluster wurden die Studiengänge

- International Management
- Finance & Management (B.Sc.)
- Energy Management (MBA)

begutachtet.

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 26. Mai 2014 zur Stellungnahme zugesandt. Die Hochschule übermittelte ihre Stellungnahme zum Gutachten am 12. Juni 2014; die Stellungnahme ist im vorliegenden Gutachten bereits berücksichtigt.

Zusammenfassung

Der Studiengang Global Brand & Fashion Management (B.A.) der ISM International School of Management (Standorte Dortmund, Frankfurt, München, Hamburg) entspricht mit einer Ausnahme den Strukturvorgaben der Kultusministerkonferenz (KMK) und den Anforderungen des Akkreditierungsrates sowie ohne Ausnahme den Anforderungen des nationalen Qualifikationsrahmens 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 sieben Jahren vom 11. Juli 2014 bis Ende Sommersemester 2021 unter einer Auflage re-akkreditiert werden.

Handlungsbedarf sehen die Gutachter bei der Kreditierung und curricularen Einbindung des Pflichtpraktikums. Die Gutachter sind der Ansicht, dass die aufgezeigten Mängel innerhalb von neun Monaten behebbar sind, weshalb sie eine Akkreditierung unter folgender Auflager empfehlen (vgl. Abs. 3.1.2 der Regeln des Akkreditierungsrates):

Die curriculare Einbettung des Praktikums, seine akademische Begleitung und die Entscheidung über die Vergabe von ECTS-Punkten durch den für das Praktikum zuständigen Hochschullehrer sind sicherzustellen. (siehe Kap. 3.1)

Rechtsgrundlage: Anlage zu den Ländergemeinsamen Strukturvorgaben für die Akkreditierung von Bachelor- und Masterstudiengängen (Beschluss der KMK i.d.F. vom 04.02.2010) i.V.m. Ziff. 2.3 der Regeln des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung i.d.F. vom 23.02.2012

Die Erfüllung der Auflage ist bis zum 11. April 2015 nachzuweisen.

Zur Gesamtbewertung siehe das Qualitätsprofil im Anhang.

Informationen

Informationen zur Institution

Die ISM International School of Management wurde 1990 als IDB-Wirtschaftsakademie in Dortmund gegründet. Die ISM ist eine gemeinnützige, staatlich anerkannte Hochschule in privater Trägerschaft mit zurzeit etwa 1.750 Studierenden an den Standorten Dortmund, Frankfurt, Hamburg und München. Der Wissenschaftsrat hat 2004 die Hochschule institutionell für 10 Jahre akkreditiert.

Derzeit bietet die ISM folgende Studiengänge an:

- B.A. International Management
- B.A. Communications & Marketing
- B.A. Tourism & Event Management
- B.A. Corporate Finance (neu: B.Sc. Finance & Management)
- B.A. Psychology & Management
- B.A. Business Administration (berufsbegleitend)
- B.A. Global Brand & Fashion Management
- M.A. International Management
- M.A. Strategic Marketing Management
- M.A. Strategic Tourism Management
- M.A. Management (berufsbegleitend)
- M.Sc. Finance
- M.Sc. International Transport & Logistics
- M.A. Psychology & Management
- MBA General Management
- MBA Energy Management

Die ISM ist Mitglied der Euro-Schulen-Organisation (ESO), die mit ca. 100 Mitgliedern ein Zusammenschluss privater Bildungsanbieter in Deutschland ist. Zur ESO gehören u.a. 85 staatlich anerkannte bzw. genehmigte Berufsfachschulen, eine staatlich anerkannte Fachakademie sowie mit der Munich Business School (MBS) in München eine weitere staatlich anerkannte Fachhochschule.

Weiterentwicklung des Studienganges, Umsetzung von Empfehlungen bei bereits erfolgter Akkreditierung, statistische Daten und Evaluationsergebnisse

Der Studiengang ist am 11./12. Juli 2013 für fünf Jahre bis Ende Sommersemester 2018 unter drei Auflagen erst-akkreditiert worden. Diese wurden fristgerecht erfüllt.

Weiterentwicklung des Studienganges:

Semester 1 bis 3:

In den Grundspezifika 1-3 ist jeweils eine Veranstaltung hinzugefügt worden (d.h. von 2 auf 3), um die spezifischen Fachkenntnisse noch zu vertiefen. Hierfür werden in den Semestern 1 und 3 Case Studies (für Fashion und Premiumprodukte) angeboten, um das theoretisch vermittelte Wissen praxisbezogen anzuwenden und gleichzeitig auch Unternehmen der behandelten Branchen kennenzulernen. Im zweiten Semester wird als zusätzliches Spezifikum SPSS angeboten, um methodische Grundlagen für Fächer wie Konsumentenverhalten zu schaffen.

Vertiefungsstudium:

In den Spezialisierungen/Vertiefungen der Semester 5 und 6 ist jeweils eine Veranstaltung herausgenommen worden, da sich die Inhalte in Wahlmodulen anderer Studiengänge wiederfinden (von 4 auf 3 Veranstaltungen). Die Veranstaltung „Communications & Media Planning“ des Moduls „Brand Management“ entfällt, da Wahlmodule des Studienganges „Communication & Marketing“ für Studierende des Studienganges Global Brand & Fashion Management geöffnet wurden. Die Veranstaltung „Supply Chain Management“ entfällt, da hier die gleichnamige Vertiefungsveranstaltung aus dem Studiengang „International Management“ gewählt werden kann.

Hinzu kommen weitere Änderungen bei den Modulen, die in den Curricula aller Vollzeit-Bachelor-Studiengänge integriert sind:

Im Zuge der Re-Akkreditierung wurden die bestehenden Lehrinhalte kritisch überprüft, aktualisiert und den neuen internationalen Vorgaben sowie den Beschlüssen der Kultusministerkonferenz und des Akkreditierungsrates angepasst. Im Wesentlichen betrifft dies die folgenden Punkte:

- Gestaltung von Modulen hinsichtlich ihres Umfangs in ECTS-Credits (i.d.R. 5 ECTS-Credits), Dauer (i.d.R. ein Semester) und Prüfung (insgesamt weniger Prüfungen und integrativ prüfbare Module),
- Didaktische Aspekte, wie die Reihenfolge von Veranstaltungen, z.B. generisches Marketing vor dem speziellen Marketing,
- Konzeption und Stärkung der fachspezifischen Ausrichtung, d.h. trennschärfere Studiengänge, sowie Sicherstellung einer fundierten generischen BWL Ausbildung,
- Sprachliche Anpassung der Modul- und Kursnamen, d.h. i.d.R. tragen deutsche Veranstaltungen einen deutschen Titel und englischsprachige Veranstaltungen einen englischen,
- Umsetzung von Erkenntnissen aus dem laufenden Programm, z.B. waren mehr ECTS für Mathe/Statistik und VWL nötig,
- Die Dauer der Praktika wird von 24 Wochen auf 20 Wochen, wovon 10 Wochen im Ausland zu verbringen sind, reduziert. Dies trägt dem Wunsch der Studierenden nach einer einfacheren Organisation des Praktikums Rechnung, ohne im nennenswerten Umfang praktische Erfahrungen einzubüßen.

Insgesamt stellt sich das neue Curriculum wie folgt dar:

25 Credits stehen für die generische BWL-Ausbildung	(bisher 22 Credits),
je 10 Credits für Mathe/Statistik	(bisher 8 Credits)
und VWL	(bisher 6 Credits) sowie
5 Credits für Recht	(bisher 4 Credits)
zur Verfügung.	

Für Fremdsprachen werden 16 Credits	(bisher 18 Credits)
-------------------------------------	---------------------

vergeben, wobei zudem mindestens	
30 Credits der Fachkurse in einer Fremdsprache	(bisher 28 Credits)
zu absolvieren sind.	

Der Praxisanteil Lehrveranstaltungen und Praktika liegt bei ca. 20 Credits (wie bisher).

Für sonstige Kurse (z.B. Social Skills) sind 7 Credits	(bisher 9 Credits)
--	--------------------

veranschlagt.

Die studiengangspezifischen Anteile am Studium liegen zwischen 66 Credits bis 102 Credits, je nach gewählter Vertiefungsrichtung.

Seit der Akkreditierung 2009 hat sich die Struktur für die inhaltliche Zusammenarbeit an der ISM stark gewandelt: Durch die Erweiterung der Hochschule auf mittlerweile vier Standorte wurde es erforderlich, einen strukturierten Betreuungsprozess zu entwickeln und

kontinuierlich zu pflegen. Dieser sieht aus wie folgt: An jedem Standort der ISM gibt es eine/n festangestellte/n Hochschullehrer/in, der bzw. die für die Studierenden vor Ort als Ansprechpartner für alle inhaltlichen Fragen des Studienganges verantwortlich ist und einen Schwerpunkt der Lehre innerhalb des Studienganges setzt. Diese/r Ansprechpartner/in ist auch Vertrauensperson für die Studierenden, sollten sich Hindernisse während des Studiums ergeben oder der erfolgreiche Abschluss des Studiums durch externe Faktoren gefährdet sein (z.B. Zeitmanagement, Finanzierungslücken, familiäre oder gesundheitliche Probleme).

Im Studiengang kommen nunmehr folgende Prüfungsleistungen zum Einsatz: Klausuren, Präsentationen, Präsentation und Referat sowie Hausarbeiten. Dabei sind auch innerhalb der Module Kombinationen der Prüfungsleistungen möglich.

Evaluationsergebnisse der Studierenden, die Format oder Inhalt der Veranstaltungen betreffen, werden gesammelt und zu Beginn des Folgesemesters mit den Studierenden diskutiert. Sollten sich daraus wichtige Rückschlüsse für die Änderung von Inhalten oder Skripten ergeben (etwa, weil Doppelungen im Lehrstoff in unterschiedlichen Veranstaltungen vorkommen), so wird dies von der Studiengangsleitung aufgegriffen und mit den betreffenden Dozenten diskutiert. Die Studierenden sehen so, dass ihre Beurteilungen ernstgenommen und wertgeschätzt werden und Einfluss auf die weitere Ausrichtung des Studienganges haben können.

Die Re-Akkreditierung des Global Brand & Fashion Management erfolgt bereits nach nur einem Studienjahr in der Absicht, die Struktur in den ersten drei Semestern der Struktur der übrigen Bachelor-Studiengänge anzupassen.

		1. Durchführung
		WS 2013 /14
# Studienplätze		128
# Bewerber	Σ	69
	w	63
	m	6
Bewerberquote		53,9%
# Studienanfänger	Σ	50
	w	46
	m	4
Anteil der weiblichen Studierenden		92,0%
# ausländische Studierende	Σ	1
	w	1
	m	0
Anteil der ausländischen Studierenden		2,0%
Auslastungsgrad		39,1%
# Absolventen	Σ	0
	w	0
	m	0
Erfolgsquote		-
Abbrecherquote		-
Durchschnittl. Studiendauer		-
Durchschnittl. Abschlussnote		-

Bewertung

Da die Erst-Akkreditierung des Studienganges erst zum Zeitpunkt der Re-Akkreditierung erst ein Jahr zurücklag, konnte die Weiterentwicklung des Studienganges nur in Teilen begutachtet werden.

Es ist erkennbar, dass der Studiengang seit der Erst-Akkreditierung bewusst weiterentwickelt wurde. Die Anzahl der Studierenden ist in der Vergangenheit angestiegen, auch wenn die gesetzte Kapazitätsgrenze noch in weiter Ferne liegt. Die Hochschule hat jedoch selbst dargelegt, dass bei 15 Teilnehmern pro Studiengang und Standort die Finanzierung des Studienganges gesichert ist. Daher sehen die Gutachter hier keine langfristigen Schwierigkeiten.

Die Hochschule hat sich bemüht, den Empfehlungen aus der Erst-Akkreditierung nachzukommen und z.B. die studiengangspezifischen Anteile deutlich herauszuheben und somit auch die Trennschärfe zwischen den einzelnen angebotenen Bachelor-Studiengängen zu erhöhen. Hierzu verweisen die Gutachter auf Kap. 3.2. Auch der Anteil internationaler Studierender wurde von der Hochschule erhöht. Auch hier wird auf die Bewertung in Kap. 3.3 verwiesen.

Insgesamt bewerten die Gutachter die Weiterentwicklung des Studienganges als weitgehend positiv.

Darstellung und Bewertung im Einzelnen

1 Ziele und Strategie

1.1 Logik und Nachvollziehbarkeit der Zielsetzung des Studienganges

Ziel des Studienganges ist die Vermittlung einer betriebswirtschaftlichen Grundausbildung, die zugleich in den Bereichen Brand & Marketing Management, Fashion Management und Retail Management vertieft bzw. spezialisiert werden soll. Die Hochschule weist ausdrücklich darauf hin, dass es sich nicht um einen reinen Fashion-Studiengang handelt, sondern dass sich Fashion Management als roter Faden durch das Curriculum ziehen soll.

Als typische Berufsfelder nennt sie

- Marketing / Brand Management (insb. Marken- und Produktmanagement)
- Verkauf und Vertrieb (insb. Store- und Vertriebsmanagement, Retail-Management)
- Einkauf (insb. Produktentwicklung und Einkaufsmanagement)
- Kreativer Bereich (insb. Design und Visual Merchandising) sowie
- Globales Management (insb. als Business Analyst).

Der Studiengang strebt an, das Berufsfeld Fashion und Luxury Goods Management mit den „traditionellen“ Berufsfeldern Marketing bzw. Brand Management zu verknüpfen: Damit soll einerseits dem wachsenden Bedarf nach Marketing-Managern im wachsenden Fashion- und Luxusgüter-Markt Rechnung getragen werden und andererseits durch das Retail-Modul ein innovatives Angebot geschaffen werden.

Die erforderliche wissenschaftliche Befähigung soll – wie nach eigener Aussage an der Hochschule üblich – in einem breit angelegten System wissenschaftlicher Arbeit vermittelt werden. In Hausarbeiten, Referaten, Präsentationen, wissenschaftlichen Projekten, Workshops und der Thesis zum Studienabschluss sollen diese Fähigkeiten geübt und permanent weiterentwickelt werden. Hinzu kommt gerade in diesem Studiengang die besondere Betonung der Produktentwicklung.

Die Studierenden lernen – so die Hochschule – von Anfang an die herausragende Rolle von wirtschaftlich verantwortlichem Handeln in einer demokratischen Gesellschaft. Auch das Thema „demokratische Teilhabe“ (democratic citizenship) ist – implizit – im Programm enthalten. Recht, Ethik, Glaubwürdigkeit und Verantwortung werden vermittelt und unter Berücksichtigung wissenschaftlicher Ansätze weiterentwickelt. In den Veranstaltungen der Module „Persönliche & soziale Kompetenzen“ („Rhetorik“, „Moderation & Presentation“, „Negotiation“) beispielsweise wird zudem die Persönlichkeitsentwicklung der Studierenden gefördert, indem die eigenen Verhaltensmuster und der jeweilige Gesprächs- und Verhandlungsstil analysiert und verfeinert werden.

In Anlehnung an den Qualifikationsrahmen für Deutsche Hochschulabschlüsse sollen die Studierenden auf folgende Kompetenzziele hingeführt werden:

- Fachkompetenz: Die Studierenden kennen die Besonderheiten, Grenzen, Terminologien und Lehrmeinungen aus dem Bereich des Marketings für mindestens zwei der drei Berufsfelder (Markenmanagement, Handel, Vertrieb). Sie haben Anwendungswissen erlangt und Grundlagen für professionelles Handeln in der beruflichen Praxis erworben. Sie können mit anderen Spezialisten aus dem Marken-, Handels- oder Vertriebsbereich „auf Augenhöhe“ mitreden.
- Instrumentale Kompetenz: Die Absolventen haben die Fähigkeit erlangt, neue und bisher wenig bekannte Probleme mit den zur Verfügung gestellten Methoden und

Instrumenten zu lösen. Dabei haben sie einen breiten Überblick über die Gesamtzusammenhänge und Auswirkungen ihrer Handlungsweisen.

- Systemische Kompetenz: Die Absolventen sind in der Lage, komplexe Sachverhalte auf die wesentlichen, entscheidungsrelevanten Komponenten zu reduzieren und dadurch schwierige Entscheidungssituationen qualifiziert zu bearbeiten. Dabei berücksichtigen sie auch soziale und ethische Aspekte. Aus dem eigenen Handeln und dem Handeln anderer lernen sie selbstständig, zukünftige Probleme effektiver und effizienter zu behandeln.
- Kommunikative Kompetenz: Die Absolventen können Fachvertretern ebenso wie Laien ihre Schlussfolgerungen bzw. Entscheidungen qualifiziert und verständlich darlegen. Sie sind in der Lage, prospektiv ebenso wie retrospektiv Sachverhalte strukturiert zu kommunizieren und damit ihre Ziele und Interessen durch- und umzusetzen.

Diese Ziele sollen in einem Umfeld erreicht werden, das dem persönlichen Engagement der Studierenden im Hinblick auf Selbständigkeit, Kreativität und Kritikfähigkeit genügend Raum gibt. Daneben wird durch Vision und Mission der Hochschule sowie dem Code of Conduct der soziale, kulturelle und der für die Hochschule spezifische unternehmenskulturelle Rahmen aufgezeigt, in dem das Studium eingebettet ist.

Bewertung:

Die Hochschule hat die Zielsetzung des Studienganges nachvollziehbar und stimmig dargelegt. Die Ziele korrespondieren mit dem Inhalt des Studienganges. Die Hochschule hat dabei Berufsfelder definiert, in denen die Absolventen dieses Studienganges tätig sein können. Die Rahmenanforderungen für den Studiengang werden dabei von der Hochschule berücksichtigt. So wird die wissenschaftliche Befähigung durch unterschiedliche Veranstaltungen erreicht. Die Berufsbefähigung erhalten die Studierenden u.a. durch mehrere Case Studies und durch insgesamt 20 Wochen verpflichtendes Praktikum. Die Persönlichkeit der Studierenden wird unter anderen durch ein bzw. im Global Track zwei Auslandssemester weiterentwickelt. Auch die Berücksichtigung von Themen in den Bereich Ethik und Verantwortung tragen hierzu bei und fördern die Befähigung der Studierenden zum gesellschaftlichen Engagement. Den Erfordernissen des Qualifikationsrahmens für Deutsche Hochschulabschlüsse trägt der Studiengang Rechnung.

Der Absolventenverbleib bestätigt die Zielsetzung des Studienganges. 53% der Absolventen haben innerhalb von drei Monaten eine Anstellung gefunden. Dabei entspricht ihre Anstellung bzw. das dazu gehörige Berufsfeld der Zielsetzung des Studienganges.

Da der Studiengang erst im letzten Jahr gestartet wurde, kann noch nicht auf eine Absolventenstatistik zurückgegriffen werden.

		Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
1.	Ziele und Strategie			
1.1	Logik und Nachvollziehbarkeit der Zielsetzung des Studiengangskonzeptes	X		

1.2 Studiengangsprofil (sofern vorgesehen – nur relevant für Master-Studiengang)

Nicht relevant, da Bachelor-Studiengang

		Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
1.	Ziele und Strategie			
1.2	Studiengangsprofil			X

1.3 Geschlechtergerechtigkeit und Chancengleichheit

Die ISM versteht unter Gleichstellung, dass Menschen in ihrer Unterschiedlichkeit wahrzunehmen sind, also als männlich und weiblich, aber auch als alt oder jung, krank oder gesund, allein oder mit anderen lebend. Sie versucht in allen Bereichen – ob Verwaltungsmitarbeiter, Dozenten oder Studierende – auf die unterschiedlichen Bedürfnisse der einzelnen Person einzugehen.

Die besonderen Bedürfnisse von Studierenden mit Behinderung werden an der ISM berücksichtigt. So sind Regelungen zum Nachteilsausgleich in Bezug auf Studienzulassung und Workload in den entsprechenden Ordnungen, insbesondere der Nachteilsausgleichsregelung, ebenso vorgesehen wie in diesem Sinne notwendige Studien- und Prüfungsmodifikationen. Im Fall einer chronischen Erkrankung oder einer Behinderung ist das Einlegen von Urlaubssemestern an der ISM möglich. Bei der Entscheidungsfindung über die mögliche Beantragung eines Urlaubssemesters sowie der Übersicht über die Konsequenzen helfen den Studierenden die Mitarbeiter und Dozenten der ISM. Zusätzlich hat die Behindertenbeauftragte der ISM feste Telefonsprechzeiten eingerichtet, die im Hochschul-Intranet eingesehen werden können.

Auch auf die Bedürfnisse von Studierenden in besonderen Lebenslagen wird an der ISM besondere Rücksicht genommen. So besteht für Studierende prinzipiell die Möglichkeit, Urlaubssemester einzulegen. Darüber hinaus bietet die ISM für Studierende im akuten Krankheitsfall oder Studierende mit Kind flexible Zahlungsmodalitäten für Studiengebühren, Studienkredite oder Darlehen an.

Schwangere Studentinnen und Studierende mit minderjährigen Kindern haben die Möglichkeit, Urlaubssemester wegen der Pflege und Erziehung ihres Kindes zu beantragen. Beide Elternteile können sich dabei, ggf. auch im Wechsel, semesterweise beurlauben lassen. Trotz der Beurlaubung können in diesem Fall auch einzelne Studien- und Prüfungsleistungen erbracht werden. Es ist für Studentinnen auch möglich, Prüfungstermine zu verschieben, wenn diese in Zeiträume fallen, in denen die Regelungen des Mutterschutzes wirksam sind. Ein Antrag hierfür muss frühzeitig an den Prüfungsausschuss gestellt werden. Diese Regelungen gelten auch dann, wenn in der jeweiligen Prüfungsordnung andere oder gar keine Angaben hierzu stehen. Auch bemüht sich die ISM, Studierende mit Kind bei der Planung des Auslandsaufenthalts zu unterstützen. Die Studierenden können sich in diesen Fällen Unterstützung beim International Office der ISM holen. Hier erhalten die Studierenden bspw. Hilfestellung bei der Beantragung von Auslands-BAföG oder Sondermitteln für den ERASMUS-Aufenthalt.

In der Rücksichtnahme auf die Vereinbarkeit von Familie und Beruf sieht die ISM insgesamt die Möglichkeit, das Arbeits- und Studienklima für alle Hochschulangehörigen möglichst angenehm zu gestalten und die Identifikation mit der Hochschule zu stärken.

Bewertung:

Die Hochschule fördert bei der Erfüllung ihrer Aufgaben in diesem Studiengang die Geschlechtergerechtigkeit und die Durchsetzung der allgemeinen Diskriminierungsverbote. Ein Anspruch auf Nachteilsausgleich für behinderte Studierende hinsichtlich zeitlicher und formaler Vorgaben im Studium sowie bei allen abschließenden oder studienbegleitenden Leistungsnachweisen (z.B. durch alternative Prüfungs- und Veranstaltungsformen) und im Rahmen des Auswahlverfahrens ist sicher gestellt. Studierende in besonderen Lebenslagen wie beispielsweise Erziehende und ausländische Studierende werden gefördert. Konkrete Maßnahmen hierzu hat die Hochschule zusammengefasst und auf ihrer Internetseite veröffentlicht.

		Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
1.	Ziele und Strategie			
1.3	Geschlechtergerechtigkeit und Chancengleichheit		X	

2 Zulassung (Zulassungsprozess und -Verfahren)

Die Voraussetzungen der Zulassung sind nach §4 ZO:

- die allgemeine Hochschulreife oder Fachhochschulreife oder eine durch die zuständigen staatlichen Stellen als gleichwertig anerkannte Zugangsberechtigung,
- ein Nachweis über die Qualifikation in der Unterrichtssprache (mindestens B2; siehe § 5),
- ein Einstufungstest in Fremdsprachen sowie in Mathematik (siehe § 6 sowie § 7) und
- die erfolgreiche Teilnahme an einem Auswahlverfahren (siehe § 9ff. sowie Abschnitt 2.2).

Fehlende Sprach- ebenso wie fehlende Mathematikkenntnisse können nachträglich erworben und nachgewiesen werden. Hierüber wird im gegebenen Fall eine Vereinbarung über zu absolvierende Unterrichtseinheiten (Vorbereitungskurse der Hochschule oder Kurse von Drittanbietern) abgeschlossen, die der Bewerber vor Studienbeginn zu absolvieren hat.

Bewerber, die Kenntnisse und Fähigkeiten, die für ein erfolgreiches Studium erforderlich sind, auf andere Weise als durch eine auf das Studium vorbereitende Schulbildung erworben haben und/oder über eine studiengangbezogene besondere fachliche Eignung verfügen, müssen eine Einstufungsprüfung absolvieren (siehe § 8 ZO). Bewerbern von anderen Hochschulen oder gleichwertigen Institutionen, die ihr Studium an der ISM fortsetzen möchten, wird die Weiterführung ihres Studiums durch die Anerkennung entsprechender Studien- und Prüfungsleistungen ermöglicht.

Voraussetzung für ein Studium an der ISM ist die erfolgreiche Teilnahme an einem mehrstufigen Auswahlverfahren. Es werden an den Standorten pro Semester mehrere Auswahlverfahren angeboten. Das eintägige Auswahlverfahren gliedert sich in einen schriftlichen und mündlichen Teil. Das Auswahlverfahren besteht aus den folgenden Bestandteilen:

- Intelligenztest
- Beurteilung der Persönlichkeit der Bewerber (Persönlichkeitstest und/oder Gruppenübung)
- Persönliches Gespräch (Feststellung der Motivation, Gesamtbewertung)
- Leistungseinstufungstest in Mathematik (Inhalte der Mittel- und Oberstufe)

Eine Zulassung zu den deutschsprachigen Studiengängen kann für nicht deutschsprachige Bewerber nur dann erfolgen, wenn ein Nachweis über Kenntnisse der deutschen Sprache auf dem Niveau B2 (GER) erbracht wurde.

Das Zulassungsverfahren ist sowohl detailliert in der Zulassungsordnung als auch in der Prüfungsordnung geregelt und beschrieben. Die Ordnungen können von der hochschulinternen Öffentlichkeit im Intranet der ISM eingesehen werden. Für die Prüfer existiert ein Leitfadens, der die einzelnen Einstufungs- und Auswahltests beschreibt. Für die hochschulexterne Öffentlichkeit wird das Zulassungsverfahren für die Bachelor-Studiengänge im Internet-Auftritt der ISM ausführlich und jederzeit zugänglich vorgestellt.

Die Bewertung der Bewerber erfolgt entsprechend den zugrundeliegenden Normgruppen der eingesetzten Testverfahren sowie anhand der Einschätzungen der Beobachter und Interviewer. Dabei ist ein Bewerber abzulehnen, wenn

- das erzielte Ergebnis im Intelligenztest in mehr als 15% der Teilbereiche geringfügig unter dem Standardwert 90 der zugrundeliegenden Normgruppe liegt und /oder
- bei der Beurteilung der Persönlichkeit in der Kreuzevaluation als „kaum zufriedenstellend“ bewertet wurde bzw. eine Dimension außerhalb des Normbereichs liegt und /oder
- im Einzelinterview die Motivation oder der Gesamteindruck mit „kaum zufriedenstellend“ und/oder beide mit maximal „ausreichend“ bewertet wurden.

Über die endgültige Ablehnung eines Bewerbers entscheidet der Zulassungsausschuss. Abgelehnte Bewerber sind über das negative Ergebnis binnen zwei Woche nach dem Auswahlverfahren schriftlich zu informieren. Eine Wiederholung ist in diesen Fällen einmalig zum nächsten Semester möglich.

Die Zuteilung der Studienplätze erfolgt durch den Zulassungsausschuss pro Standort und Auswahltermin getrennt. Hierfür wird am Ende eines jeden Auswahltermins eine abschließende Einteilung der nicht abgelehnten Bewerber durch den Zulassungsausschuss vorgenommen. Der Zulassungsausschuss nimmt die Reihung der Bewerber anhand des Intelligenztests, der Persönlichkeit sowie der Motivation und Gesamtbewertung vor und teilt dementsprechend die verfügbaren Studienplätze zu. Der Vergabe geht die Bildung einer Härtefallquote voraus. Insoweit sieht die Zulassungsordnung vor, dass 5 % der Studienplätze zur Sicherung der Chancengleichheit behinderten Studienbewerbern vorbehalten werden.

Bei ablehnenden Entscheidungen ist entweder auszuführen, dass der Bewerber die nötigen Anforderungen im Intelligenztest und/oder in der Bewertung der Persönlichkeit und/oder der Motivation und/oder dem Gesamteindruck nicht erfüllt und somit der erfolgreiche Abschluss des Studiums nicht gewährleistet ist. Bewerber hingegen, die die Anforderungen erfüllen, aber aufgrund ihrer Platzierung keinen Studienplatz zugewiesen bekommen können, sind vorab durch ein persönliches Gespräch hierüber zu informieren und ggf. auf alternative Studienangebote hinzuweisen. Den Bewerbern ist zudem eine Einordnung ihrer Testergebnisse im Gruppenvergleich in Quantilen sowie der „Cut-Off-Grade“ anzuzeigen.

Bewertung:

Die Hochschule hat in ihrer Zulassungsordnung die Zulassungsbedingungen aufgeführt und die einzureichenden Unterlagen benannt. Übergangswege für Bewerber aus anderen Studiengängen und Hochschulen sind über Einstufungsverfahren sachgerecht sowohl in der Zulassungsordnung als auch der Prüfungsordnung aufgezeigt. Mit dem geforderten Nachweis für das Studium erforderlicher Mathematikkenntnisse versucht die Hochschule von vornherein, eine den Anforderungen des Studiums gewachsene Studierendenschaft zu gewinnen. Der Nachteilsausgleich für Studierende mit Behinderung ist sichergestellt.

Das Auswahlverfahren zeichnet sich durch eine hohe Dichte der zu durchlaufenden Testverfahren aus. Es kann als gesichert angenommen werden, dass am Ende des Verfahrenstrichters von drei zu absolvierenden Prüfungsabschnitten eine studierfähige und besonders qualifizierte Klientel gewonnen ist. Die aus der studentischen Statistik ableitbare und bei der BvO von der Hochschule bestätigte Durchfallquote von etwa 25 - 30% spricht für die Effektivität des Auswahlverfahrens.

Die Fremdsprachenkompetenz wird durch die Voraussetzung von Englischkenntnissen erreicht. Die vorausgesetzten Sprachfertigkeiten bewegen sich hinsichtlich des geforderten Niveaus mittlerer (Englisch: B1) bzw. elementarer (2. Sprache: A2) Ebene. Ein Einstufungstest, der nicht zulassungsrelevant ist, ermittelt das Niveau der Englischkenntnisse. Fehlende Fremdsprachenkenntnisse können nachträglich erworben und nachgewiesen werden.

Das Zulassungsverfahren ist transparent, nachvollziehbar und überprüfbar gestaltet. Nicht nur gibt die der Öffentlichkeit zugängliche Zulassungsordnung über das Verfahren umfassend Auskunft. Transparenz und Überprüfbarkeit werden auch dadurch gewährleistet, dass gemäß Zulassungsordnung jeder Auswahltermin vom Zulassungsausschuss zu protokollieren ist und die Bewerber über die Ergebnisse der Testverfahren sowie die Gründe für die Zulassungsentscheidung schriftlich zu informieren sind.

		Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
2.	Zulassung (Zulassungsprozess und -verfahren)			
2.1	Zulassungsbedingungen	X		
2.2	Auswahlverfahren (falls vorhanden)	X		
2.3	Berufserfahrung (relevant für weiterbildenden Master-Studiengang)			X
2.4	Gewährleistung der Fremdsprachenkompetenz	X		
2.5	Transparenz der Zulassungsentscheidung	X		

3 Konzeption des Studienganges

3.1 Umsetzung

Bei dem Studiengang „Global Brand & Fashion Management“ handelt es sich um einen sechs- bzw. siebensemestrigen konsekutiven Studiengang auf Vollzeitbasis, in dem 180 ECTS-Credits bzw. im Global Track 210 ECTS-Credits erzielt werden können. Pro ECTS-Credit werden 30 Arbeitsstunden zugrunde gelegt. Insgesamt umfasst der Studiengang also pro Studienjahr 1.800 Stunden (bei 60 ECTS-Credits).

Die beiden unterschiedlichen Regelstudienzeiten in einem Studiengang begründet die Hochschule damit, dass sich die beiden Studiengangsvarianten ausschließlich durch das im Global Track zusätzliche zweite Auslandssemester im 7. Semester unterscheiden. Die Zielsetzung des Studienganges ist in beiden Varianten identisch.

Das erste bis dritte Semester findet an der ISM statt, das vierte Semester an einer ausländischen Partnerhochschule und das sechste Semester mit der Bachelor-Thesis an der ISM absolviert wird. Im

Global Track wird das siebte Semester dann erneut im Auslands verbracht, diesmal an einer außereuropäischen Hochschule. In diese Struktur sind Praxisphasen integriert. Dort sollen die Studierenden in einem Unternehmen Praktika möglichst im internationalen Kontext absolvieren und Wissen praktisch anwenden.

Die beiden unterschiedlichen Regelstudienzeiten in einem Studiengang begründet die Hochschule damit, dass sich die beiden Studiengangsvarianten ausschließlich durch das im Global Track zusätzliche zweite Auslandssemester im 7. Semester unterscheiden. Die Zielsetzung des Studienganges ist in beiden Varianten identisch.

Im Studiengang sind Kernfächer und Spezialisierungen (Wahlpflichtfächer) vorgesehen, die im Curriculum ihren angemessenen Niederschlag finden. Die Logik der Studienstruktur drückt sich in der Deduktion vom Allgemeinen zum Speziellen aus, gekoppelt mit multiplen Vertiefungsoptionen durch Wahlpflichtfächer, Praktika und Auslandsstudieninhalte und, darauf inhaltlich aufbauend, in der Fokussierung auf die Bachelor-Thesis. Dabei ist der Studierende im Sinne einer auf das Berufsziel ausgerichteten Strukturierung des Studiums aufgefordert, seine Wahlpflichtfächer im Vertiefungsstudium mit dem geplanten Auslandsstudienprogramm abzugleichen. Einer der gewählten Schwerpunkte sollte dann auch Gegenstand der abschließenden Bachelor-Arbeit sein. Die Module und Lehrinhalte sind somit zu einem integrativen Lehransatz sinnvoll aufeinander bezogen.

Die Modularisierung im Studiengang ist die Zusammenfassung von Stoffgebieten zu thematisch und zeitlich abgerundeten, in sich abgeschlossenen und mit Leistungspunkten versehenen abprüfbaren Einheiten. Die Module sind hinsichtlich der Leistungspunkte, Inhalte, Lernzielen und Kompetenzen, Lehr- und Lernmethoden, Zugangsvoraussetzungen, Verwendbarkeit, Art und Dauer der Prüfung etc. in den Modulbeschreibungen dargestellt.

In den ersten drei Semestern in Deutschland werden, abgesehen von den Wahlpflichtsprachen Französisch und Italienisch, ausschließlich Pflichtfächer angeboten. Das 4. und 7. Semester wird an einer Partnerhochschule im Ausland absolviert. Inhaltlich müssen die Studierenden dabei mindestens 50 Prozent fachspezifische Kurse belegen, während im Sinne eines „Studium Generale“ maximal 50 Prozent der Fächer frei wählbar sind.

Die Studierenden haben neben zwei Pflichtmodulen im 5. Semester die Möglichkeit, analog ihrer persönlichen Interessenlage und gewünschten beruflichen Spezialisierungen eines aus drei Wahlmodulen zu wählen. Im 6. Semester haben sie die Möglichkeit, neben einem Pflichtmodul zwei aus vier Wahlmodulen zu wählen.

Während ihres Studiums absolvieren die Studierenden insgesamt 20 Wochen curricular eingebundene Praktika im 4. und 5. Semester, von denen 10 Wochen im Ausland zu verbringen und denen insgesamt 12 ECTS-Punkte zugeordnet sind. Darüber hinaus erlernen die Studierenden im Rahmen eines Praxisseminars (5. Semester) eine praxisnahe Fragestellung (i.d.R. in Kooperation mit einem Unternehmen) eigenverantwortlich im Team in einem zeitlich begrenzten Rahmen zu lösen.

Bis zum Ende des zweiten Semesters haben die Studierenden die Möglichkeit, den Studien-gang zu wechseln. Die Entscheidung zum Global Track können die Studierenden bis zum fünften Semester treffen.

Als Abschlussarbeit wird eine Bachelor Thesis gefordert. Die Thesis kann in Deutsch, Englisch oder einer anderen von den Prüfenden akzeptierten Sprache abgefasst werden. Die Bearbeitungszeit beträgt zehn Wochen.

Bei der Ermittlung der Gesamtnote erfolgt eine Gewichtung der Einzelnoten mit den ECTS-Punkten. Im Transcript of Records wird, zusätzlich zur deutschen Note, auch die Gesamtnote entsprechend der ECTS-Notenskala ausgewiesen.

Die Studierbarkeit wird nach Ansicht der Gutachter durch die Orientierung der geforderten Prüfungsleistungen an modernen Formen der Erwachsenenbildung gewährleistet: Durch eine ausgewogene und didaktisch sinnvolle Verteilung der Prüfungsleistungen auf Klausuren, Hausarbeiten, Präsentationen und Referate wird der Lernerfolg differenziert abgefragt und benotet. Bei der Wahl der jeweiligen Prüfungsform wurde darauf geachtet, dass die Prüfungen leistbar, auf das Erreichen der in den Modulbeschreibungen vorgesehenen und dem Qualifikationsrahmen entsprechenden Lernergebnisse bezogen und inhaltlich im Hinblick auf die Ermittlung des Erreichens des modulspezifischen Lernziels integriert sein soll. Insgesamt finden nicht mehr als sieben Prüfungen pro Semester statt. Die Studierbarkeit wird durch die Verteilung des Workload auch auf Nachbereitungs- und Prüfungsvorbereitungszeiten sowie auf die vorlesungsfreie Zeit ermöglicht. Die Leistbarkeit wird durch die mehrheitliche Einhaltung der Regelstudiendauer demonstriert, so die Hochschule. Die ISM ermittelt im Rahmen der jedes Semester stattfindenden Lehrveranstaltungsevaluation auch die Arbeitsbelastung der Studierenden in den einzelnen Lehrveranstaltungen. Die Ergebnisse aus dieser studentischen Einschätzung des Workload fließen bei der inhaltlichen Gestaltung der Lehrveranstaltungen und Module ein.

Eine rechtsgeprüfte, integrierte und veröffentlichte Prüfungsordnung liegt vor. Sie macht für die Studierenden alle Phasen des Studienverlaufs transparent und beinhaltet u.a. Regelungen zum Nachteilsausgleich und zur Anerkennung von außerhalb der ISM erbrachten Studien- und Prüfungsleistungen.

Bewertung:

Die Hochschule hat alle Bachelor-Studiengänge in weiten Teilen einheitlich strukturiert. Dieser Aufbau beinhaltet Pflicht- sowie Wahlpflichtfächer in einer angemessenen Gewichtung. Auch weitere Wahlmöglichkeiten aus anderen Spezialisierungen werden angeboten.

Die Struktur des Studienganges folgt der Zielsetzung, eine allgemeine BWL-Ausbildung kombiniert mit fachspezifischen Themen zu vermitteln. Die Studierenden erhalten eine für einen Bachelor-Studiengang angemessene moderate Spezialisierung, die sie selbst wählen können. Der Kompetenzerwerb der Studierenden wird mit dieser Struktur erreicht.

Die Anforderungen des ECTS werden von der Hochschule vollumfänglich berücksichtigt. Alle Module weisen die Mindestgröße von fünf ECTS-Credits auf. Der Studiengang basiert auf nachvollziehbaren Workload-Vorgaben. Dies wird auch durch die bisherigen Workload-Erhebungen bestätigt, bei denen die Studierenden keine Überforderungen erkennen lassen. Eine relative Note wird vergeben. Die Modulbeschreibungen enthalten alle von der Kultusministerkonferenz geforderten Komponenten. Die Lernziele sind dabei gut formuliert und outcome-orientiert. Die Module schließen in der Regel mit einer modulumfangsenden Prüfung ab. In einigen wenigen Modulen sind Teilprüfungen vorgesehen. Die Hochschule hat dies für jeden Einzelfall nachvollziehbar mit unterschiedlich abzuprüfenden Kompetenzen begründet. Die Gutachter halten diese Begründung für schlüssig und sehen in den Teilprüfungen keine Einschränkung der Studierbarkeit.

Beanstanden müssen die Gutachter die Vergabe von 12 ECTS-Credits für die Praxisarbeit durch das Career Center. Ob ein Modul, eine Lehreinheit oder ein in das Studium integriertes Praktikum erfolgreich abgeschlossen wurde, kann aufgrund der curricularen und damit wissenschaftlichen Implikationen und Verknüpfungen nur von dem für den Lehrabschnitt verantwortlichen Hochschullehrer beurteilt werden. Eine Begleitung und curriculare Anerkennung des Praktikums durch akademische Expertise findet nicht statt. Dies wird auch vom ECTS-Leitfaden gefordert. Die Vergabe von ECTS-Credits durch eine Serviceeinrichtung der Verwaltung ist daher inakzeptabel.

Die bei der BvO eingesehenen Praktikumsberichte haben im Übrigen aufgezeigt, dass die Studierenden in der Regel in ihren Berichten keinen Zusammenhang zu Lehrveranstaltungen herstellen. Diese Leistung wäre aber für die Verknüpfung des akademischen Wissens (Lehrveranstaltungen) mit den Erfahrungen und Beobachtungen in der Praxis wesentlich. Es ist nicht ersichtlich, dass die Studierenden durch schriftliche Leitlinien und Anleitungen auf die Durchführung des Praktikums und das Erstellen des Berichtes entsprechend vorbereitet werden. Die Gutachter empfehlen daher, folgende **Auflage** auszusprechen:

Die Hochschule muss die curriculare Einbettung des Praktikums, seine akademische Begleitung und schließlich die Entscheidung über die Vergabe von ECTS-Punkten durch den für das Praktikum zuständigen Hochschullehrer sicherzustellen.

Im Interesse der Konsistenz, angemessenen inhaltlichen Ausgestaltung und Bewertbarkeit des Praktikums sollte die Hochschule erwägen, in einem Praktikumsleitfaden o.ä. die maßgeblichen inhaltlichen und wissenschaftlichen Kriterien und Maßstäbe verbindlich festzulegen. Dabei wird nicht übersehen, dass sich die Hochschule eine Praktikumsrichtlinie gegeben hat, in der Zielsetzung, Anrechnungsmodalitäten und organisatorische Regelungen behandelt werden. Hier indessen geht es um Fragen der curricularen Einbindung, der akademischen Begleitung und um Maßstäbe bzw. Voraussetzungen für die Entscheidung über die Vergabe von ECTS-Credits, die nur von einem akademischen Lehrer getroffen werden können.

Die vorliegende Prüfungsordnung erfüllt alle Anforderungen. Sie wurde einer Rechtsprüfung unterzogen.

Die Gutachter haben keine Bedenken hinsichtlich der Studierbarkeit in diesem Studiengang. Zum einen weisen auch die bereits genannten Workload-Erhebungen auf eine gute Studierbarkeit hin, zum anderen haben auch die Studierenden im Gespräch vor Ort keine Bedenken bezüglich der Studierbarkeit, weder in qualitativer noch in quantitativer Hinsicht geäußert. Bezüglich der Studierbarkeit durch erwartete Eingangsqualifikationen sei an dieser Stelle zurück auf Kap. 2 verwiesen. Die Hochschule hat in der Vergangenheit die bis dahin dominierenden Teilprüfungen abgeschafft, so dass die Prüfungsdichte bereits deutlich reduziert wurde. Die Studierenden äußerten im Gespräch den Wunsch, den Prüfungszeitraum auf zwei Wochen zu erhöhen, um die unmittelbare Prüfungsbelastung noch weiter zu reduzieren. Die Gutachter sind sich bewusst, dass dies wiederum den Zeitraum für Praktika einschränkt.

Bezüglich der vorgesehenen Praktika sehen die Gutachter kritisch, dass diese ausnahmslos in den Semesterferien zu absolvieren sind. Verbunden mit dem Prüfungszeitraum haben die Studierenden häufig nur max. 10 Wochen Zeit für ein Praktikum, damit aber auch keine Erholungszeiten mehr. Die Gutachter empfehlen, diesen Umstand künftig kritisch zu untersuchen und ggf. Alternativlösungen zu finden.

	Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
3. Konzeption des Studienganges			
3.1 Struktur			

Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
------------------------------	------------------------------------	----------------

3.1.1	Struktureller Aufbau des Studienganges (Kernfächer / ggf. Spezialisierungen (Wahlpflichtfächer) / weitere Wahlmöglichkeiten / Praxiselemente	X	
3.1.2	Berücksichtigung des „European Credit Transfer and Accumulation Systeme (ECTS)“ und der Modularisierung		Auflage
3.1.3	Studien- und Prüfungsordnung	X	
3.1.4	Studierbarkeit	X	

3.2 Inhalte

Übersicht: Grundausbildung für alle Studiengänge

Studienplan: Bachelor Studiengänge (Vollzeit) ab WS 2014/15

Modul-Nr.	Modulbezeichnung	Semester (ECTS)							Credits-points	SWS	Workload			Anteil an Gesamtnote (6 Semester)	Anteil an Gesamtnote (7 Semester)	Prüfungsform
		1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.			Gesamt (h)	Prüferstudium (h)	Selbststudium (h)			
B1	BWL 1								6	4	150	36	114	3,11%	2,52%	
B1-1	Einführung BWL, Beschaffung & Produktion	2,5							2,5	2	75	18	57			Klausur
B1-2	Marketing	2,5							2,5	2	75	18	57			
B2	BWL 2								6	4	150	36	114	3,11%	2,52%	
B2-1	Finanzbuchhaltung	2,5							2,5	2	75	18	57			Klausur
B2-2	Bilanz & Unternehmenssteuer	2,5							2,5	2	75	18	57			
MG	Mathematische Grundlagen								6	4	150	36	114	3,11%	2,52%	
MG-1	Wirtschaftsmathematik	2,5							2,5	2	75	18	57			Klausur
MG-2	Statistik 1	2,5							2,5	2	75	18	57			
B3	BWL 3								6	4	150	36	114	3,11%	2,52%	
B3-1	Investition & Finanzierung		2,5						2,5	2	75	18	57			Klausur
B3-2	Kosten- & Leistungsrechnung		2,5						2,5	2	75	18	57			
VW1	VWL 1								6	4	150	36	114	3,11%	2,52%	
VW1-1	Mikroökonomie		2,5						2,5	2	75	18	57			Klausur
VW1-2	Makroökonomie		2,5						2,5	2	75	18	57			
AST	Angewandte Statistik								6	4	150	36	114	3,11%	2,52%	
AST-1	Statistik 2		2,5						2,5	2	75	18	57			Klausur
AST-2	Marktforschung		2,5						2,5	2	75	18	57			
WPR	Recht								6	6	150	45	105	3,11%	2,52%	
WPR-1	Einführung Rechtswissenschaften		1						1	1	30	9	21			Klausur mit Einlesezeit
WPR-2	Wirtschaftsprivatrecht 1		2						2	2	60	18	42			
WPR-3	Wirtschaftsprivatrecht 2			2					2	2	60	18	42			
B4	BWL 4								6	4	150	36	114	3,11%	2,52%	
B4-1	Personalmanagement			2,5					2,5	2	75	18	57			Klausur
B4-2	Organisation			2,5					2,5	2	75	18	57			
B5	BWL 5								6	4	150	36	114	3,11%	2,52%	
B5-1	Grundlagen der Unternehmensführung			2,5					2,5	2	75	18	57			Hausarbeit
B5-2	Dienstleistungsmanagement			2,5					2,5	2	75	18	57			
VW2	VWL 2								6	4	150	36	114	3,11%	2,52%	
VW2-1	Empirische Wirtschaftsforschung			2,5					2,5	2	75	18	57			Klausur
VW2-2	Corporate Social Responsibility			2,5					2,5	2	75	18	57			
PS1	Personelle & soziale Kompetenzen 1								4	4	120	36	84	0,00%	0,00%	
PS1-1	Wissenschaftliches Arbeiten		2						2	2	60	22,5	37,5			kumbegleitende Teilprüfungen
PS1-2	Schreib-Anwendungen (Essay)		2						2	2	60	22,5	37,5			
PS2	Personelle & soziale Kompetenzen 2								3	3	90	27	63	0,00%	0,00%	
PS2-1	Rhetorik			1					1	1	30	13,5	16,5			kumbegleitende Teilprüfungen
PS2-1	Projektmanagement				2				2	2	60	22,5	37,5			
BE1	Business English 1								2	2	60	18	42	1,24%	1,05%	
BE-1	Business Correspondence		2						2	2	60	18	42			Hausarbeit
BE2	Business English 2								2	2	60	18	42	1,24%	1,05%	
BE2-1	Moderation & Präsentation			2					2	2	60	18	42			Präsentation
BE3	Business English 3								2	2	60	18	42	1,24%	1,05%	
BE3-1	Negotiation				2				2	2	60	18	42			mündliche Prüfung
FR1/SP1/IT A/GER1	Französisch 1 / Spanisch 1 / Italienisch 1 / Deutsch 1								3	4	90	36	54	1,86%	1,57%	
so-1	Französisch 1 / Spanisch 1 / Italienisch 1 / Deutsch 1			3					3	4	90	36	54			Klausur
FR2/SP2/IT A/GER2	Französisch 2 / Spanisch 2 / Italienisch 2 / Deutsch 2								3	4	90	36	54	1,86%	1,57%	
so-1	Französisch 2 / Spanisch 2 / Italienisch 2 / Deutsch 2			3					3	4	90	36	54			Klausur
FR3/SP3/IT A/GER3	Französisch 3 / Spanisch 3 / Italienisch 3 / Deutsch 3								3	4	90	36	54	1,86%	1,57%	
so-1	Französisch 3 / Spanisch 3 / Italienisch 3 / Deutsch 3				3				3	4	90	36	54			Klausur + Zusammenfassung

Die theoretische, aber auch anwendungsbezogene, internationale und interdisziplinäre Ausbildung des Studienganges wurde nach Darstellung der Hochschule inhaltlich-konzeptionell vor dem Hintergrund strukturiert, dass betriebswirtschaftlich und international orientierte Studierende in Positionen in den wachsenden Märkten Fashion-Management, Marketing/Marktforschung und vor allem Handel und Vertrieb tätig werden können. Das Konzept dieses Studienganges ist von der Hochschule nach eigenen Angaben bewusst auf diese Zielbereiche hin angelegt worden. Diese Qualifikationen sollen erreicht werden durch die Vermittlung sowohl von klassisch betriebswirtschaftlichen Inhalten und Methoden sowie Sozialkompetenz als auch durch die Vermittlung von Marken- und Modemanagement-Spezifika.

Die Hinführung der Studierenden auf die Spezialisierung Brand- und Fashionmanager parallel zur betriebswirtschaftlichen Grundausbildung beginnt im ersten Semester mit dem Modul Einführung in das globale Markenmanagement, in dem die Fashionbranche und der Handel behandelt werden. Insbesondere die Lehrveranstaltung Introduction to Brand & Fashion Management soll die wirtschaftsbezogenen Ausschnitte der Fashion- und Luxusgüterindustrie darstellen. Die Lehrveranstaltung Introduction to Retailing richtet sich vor allem auf die vertiefende Ausbildung der Retailkompetenz. Im zweiten Semester folgt die Behandlung von zwei weiteren Grundspezifika (Conceptual Frameworks and Competitive Analysis sowie Product Design & Development).

Im dritten Semester wird Marketingkompetenz im Modul Konsumentenverhalten und Markenaufbau vermittelt. Nach dem Auslandssemester, in dem insbesondere Wahlfächer mit Vertiefungs- und/oder Ergänzungscharakter für die Zielsetzung des Brand- und Fashionmanager gewählt werden sollen, werden im 5. Semester die Spezialisierungen Brand Management und Retail und Distribution vertieft. Im 6. Semester schreiben die Studierenden ihre Abschlussarbeit. Im 7. Semester gehen die Studierenden dann erneut zum Studium ins Ausland.

Studiengangsspezifische Module in den ersten drei Semestern:

B.A. Global Brand & Fashion Management

Modul-Nr.	Modulbezeichnung	Semester (ECTS)							Credit-points	SWS	Prüfungsform
		1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.			
GB1	Einführung in das globale Markenmanagement								6	5	
GB1-1	Einführung in das Marken- & Fashionmanagement	2,5							2,5	2	Klausur
GB1-2	Einführung in den Handel	2,5							2,5	2	
GB1-3	Fashionbranche (Case Study)	1							1	1	
GB2	Wettbewerbsanalysen und Designstrategien								6	5	
GB2-1	Konzeptionelle Rahmenbedingungen & Wettbewerbsanalysen		2,5						2,5	2	Referat
GB2-2	Design & Produktentwicklung		2,5						2,5	2	
GB2-3	SPSS		1						1	1	
GB3	Konsumentenverhalten und Markenaufbau								6	5	
GB3-1	Konsumentenverhalten			2,5					2,5	2	Klausur
GB3-2	Markenaufbau			2,5					2,5	2	
GB3-3	Premiumprodukte (Case Study)			1					1	1	

B.A. Global Brand & Fashion Management: Module Vertiefungsstudium

Modul-Nr.	Modulbezeichnung	Pflicht- / Wahlpflichtmodul	Angebot im	Prüfungsform
Veranst. Nr.	Veranstaltungsbezeichnung			
Wintersemester: zwei Pflichtmodule, ein Wahlpflichtmodul (1 aus 3)				
V07	General Management (engl.)			
V07-1	Strategic Management	Pflichtmodul	WS	Klausur
V07-2	Leadership & Motivation			
V07-3	Restructuring & Growth Management			
V21	Brand Management (teilw. engl.)			
V21-1	CRM & Client Data Base Management	Pflichtmodul	WS	Klausur
V21-2	Luxury & Fashion Services			
V21-3	Marketing of Luxury Goods & Fashion			
V02	Supply Chain Management			
V02-1	Supply Chain Management Konzepte	Wahlpflichtmodul	WS	Klausur
V02-2	Methoden des Beschaffungsmanagements			
V02-3	Internationale Verkehrslogistik			
V14	Business Communication (engl.)			
V14-1	Internal Communication	Wahlpflichtmodul	WS	Klausur + Zwischenprüfung
V14-2	Investor Relations			
V14-3	Global Communications			
V25	eBusiness			
V25-1	E-Beschaffung	Wahlpflichtmodul	WS	Klausur
V25-2	E-Commerce			
V25-3	Online-Marketing & Social Media			
Sommersemester: Ein Pflichtmodul, zwei Wahlpflichtmodule (2 aus 4)				
V22	Retail & Distribution (teilw. engl.)			
V22-1	E-Luxury & Fashion	Pflichtmodul	SS	Klausur
V22-2	Distribution Networks & Business Models			
V22-3	Luxury & Fashion Buying & Merchandising			
V06	Marketing			
V06-1	Konsumentenverhalten & angewandte Marktforschung	Wahlpflichtmodul	SS	Klausur
V06-2	Kommunikations- & Markenmanagement			
V06-3	Marketingcontrolling			
V13	Public Relations			
V13-1	PR-Konzeption	Wahlpflichtmodul	SS	Referat
V13-2	PR-Praxis			
V13-3	Corporate Identity & Corporate Image			
V19	Consulting			
V19-1	Beratungsformen & Consultinginstrumente	Wahlpflichtmodul	SS	Referat
V19-2	Management & Planung von Beratungsprojekten			
V19-3	Beratungsprojekt Marketing oder Personalwesen			
V24	Live-Kommunikation			
V24-1	Eventmarketing	Wahlpflichtmodul	SS	Hausarbeit
V24-2	Erlebniskommunikation			
V24-3	MICE.			

Die Hochschule hat als Abschlussbezeichnung den Bachelor of Arts (B.A.) gewählt, da der Studiengang an geistes- und verhaltenswissenschaftlichen Kategorien und Konzepten orientierte Inhalte und Methoden integriert und fachübergreifend auch interdisziplinäre Inhalte wie den Erwerb der Fremdsprachenkompetenz oder die Inhalte zur Persönlichkeitsentwicklung aus dem Soft-Skill-Bereich berücksichtigt.

Die Studiengangsbezeichnung Global Brand & Fashion Management soll die Ausrichtung des Studienganges anzeigen und das Ziel des Programms widerspiegeln: Angehende Führungskräfte sollen für vielfältige wirtschaftliche und administrative Aufgabenbereiche in national und international tätigen Wirtschaftsunternehmen ausgebildet werden. Die Studiengangsbezeichnung soll zugleich verdeutlichen, dass es sich nicht um ein reines Marketing-Studium handelt, sondern dass es um die Anwendung im Management spezifischer Branchen geht.

An Prüfungsformen kommt eine ganze Reihe als Leistungsnachweis zur Anwendung:

- Bericht
- Hausarbeit als Einzel- bzw. als Gruppenleistung
- Klausur ohne bzw. mit Einlesezeit
- Klausur mit Zwischenprüfung
- kursbegleitende Teilprüfungen
- mündliche Prüfung
- Präsentation als Einzel- bzw. als Gruppenleistung
- Referat (ein Referat besteht aus einer Präsentation sowie einer Hausarbeit über ein gemeinsames Thema)
- Die konkrete Anzahl, Prüfungsform, Umfang und Anforderungen der Prüfungen sind im Modulhandbuch bzw. Studienplan aufgeführt.

Die Thesis ist eine schriftliche Hausarbeit über ein abgegrenztes ökonomisches Problem. Sie soll zeigen, dass der Prüfling befähigt ist, innerhalb einer vorgegebenen Frist eine praxisorientierte Aufgabe aus ihrem oder seinem Fachgebiet sowohl in ihren fachlichen Einzelheiten als auch in den fachübergreifenden Zusammenhängen nach wissenschaftlichen und fachpraktischen Methoden selbstständig zu bearbeiten.

Bewertung:

Die Inhalte des Studiums sind dazu geeignet, die Zielsetzung des Studienganges zu erreichen. Aufbauend auf der in 3.1 bewerteten Struktur sind die Module bewusst aufgebaut und angeordnet. Eine Outcome-Orientierung des Studienganges ist dabei deutlich zu erkennen. Die Module sind ebenfalls auf eine Qualifikations- und Kompetenzentwicklung ausgerichtet, auch über die eigentlichen formalen Anforderungen hinaus, da den Studierenden auch die bisher nicht gewählten Wahlpflichtmodule als Wahlfächer offen stehen.

Die Abschlussbezeichnung „Bachelor of Arts (B.A.)“ entspricht der inhaltlichen Ausrichtung und den nationalen Vorgaben. Die Studiengangsbezeichnung ist nicht evident falsch. Die Gutachter möchten an dieser Stelle jedoch betonen, dass die Gewichtung der genannten Themenfelder in der Studiengangsbezeichnung nicht unbedingt auch die Gewichtung der Inhalte im Studiengang vollständig widerspiegelt.

So enthält der Studiengang „Global Brand & Fashion Management“ erkennbar Inhalte aus dem Bereich des Branding. Die Studierenden haben im Gespräch bestätigt, dass sie in ihrem Studium das vorgefunden haben, was ihnen die Studiengangsbezeichnung suggeriert hat. Dennoch möchten die Gutachter darauf hinweisen, dass die Teilbezeichnung „Fashion Management“ mehr impliziert, als im Studiengang tatsächlich stattfindet. Dennoch ist die Studiengangsbezeichnung nicht evident falsch. Die Gutachter empfehlen jedoch, analog zur Empfehlung in der Erst-Akkreditierung, die Studiengangsbezeichnung zu überdenken und ggf. eine stärker Branding-betonte Studiengangsbezeichnung zu wählen.

Die Hochschule hat in ihrer Stellungnahme dargelegt, dass die Benennung zweiter Themengebiete im Studiengangstitel nicht zwangsläufig bedeutet, dass eine 50:50-Aufteilung der Inhalte des Studienganges zu erfolgen hat. Vielmehr sei eine solche Bezeichnungskonvention gerechtfertigt, wenn die genannten Themengebiete in einem nennenswerten Umfang vermittelt werden, was in diesem Studiengang der Fall sei. Die Gutachter halten dennoch aufgrund oben genannter Gründe an ihrer Empfehlung fest.

Zu den in Einzelfällen eingesetzten Teilprüfungen verweisen die Gutachter auf die Bewertung in Kap. 3.1. Im Gesamten sind die Prüfungsleistungen und die Abschlussarbeit auf die Learning Outcomes der jeweiligen Module ausgelegt.

		Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
3.	Konzeption des Studienganges			
3.2	Inhalte			
3.2.1	Logik und konzeptionelle Geschlossenheit des Curriculums	X		
3.2.2	Begründung der Abschlussbezeichnung	X		
3.2.3	Begründung der Studiengangsbezeichnung	X		
3.2.4	Prüfungsleistungen und Abschlussarbeit	X		

3.3 Kompetenzerwerb für anwendungs- und / oder forschungsorientierte Aufgaben (sofern vorgesehen – nur bei Master-Studiengang)

Nicht relevant, da Bachelor-Studiengang

		Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
3.	Konzeption des Studienganges			
3.3	Kompetenzerwerb für anwendungs- und / oder forschungsorientierte Aufgaben (sofern vorgesehen – nur bei Master-Studiengang)			X

3.4 Didaktisches Konzept

Die Vermittlung der Lehrinhalte basiert auf einer von der Hochschule für ihre Studiengänge definierten didaktischen Struktur, die sie wie folgt darstellt:

Fakten-Orientierung	Anwendungsfokus		Teamfähigkeit	Interkulturelle Kompetenz
Fallstudien Interdisziplinäre Themen, Trends Lösung von Problemstellungen Diskussionsgruppen, Briefings <i>Aktive Teilnahme, Report</i>	Thesis Zugewiesenes / gewähltes Thema Individuelles (Forschungs-) Project betreut durch Professor/Dozent <i>Ausführung, Note</i>	ISM+andere Herausforderungen + Studenten- Leistungs- vermögen	Unternehmensprojekt Projekt (organisatorische Komplexität) Teambearbeitung inkl. Projektmanagementaufgaben <i>Report, Bewertete Performanz</i>	Interkulturelles Team Design Dozent als Moderator/Coach Selbstorganisierende Teams Seminare, Video-Konferenzen <i>Nachgewiesene Kompetenz, Note</i>
Vorlesungen Kontaktstudium Vorlesungen Theoretischer Hintergrund Praktische Demonstrationen <i>Teilnahme, Prüfung, Note</i>	Tutorien - Übungen Beispiele, Experimente Simulationen, Modellbildung Direkte Erfahrung <i>Aktive Teilnahme, Protokolle</i>	ISM+Partner Maßstäbe + Studenten- Performance	Gruppenarbeiten Weites Themenspektrum Selbstorganisierende Teams betreut durch Professor/Dozent <i>Bewertete Performanz, Note</i>	Auslandsprogramme / -module Vorlesungen, Fallstudien, Prüfungen Lokale Studienbedingungen evtl. zusätzliche Abschlüsse <i>Teilnahme, Prüfung, Note</i>
Autodidaktisches Lernen Web-based Learning, Intranet Computer-based Training (CBT) Bücher, Skripte, CD, DVD <i>Durchführung, Test</i>	Hausarbeit, Präsentation, Paper Summaries, Ergebnisreport Schriftliche Dokumentationen Kurzpräsentationen (Briefings) <i>Ausführung, Note</i>	ISM Unter- stützung + Studenten- Initiative	Praxisphasen Deutschland und/oder im Ausland Demonstrierte Erfahrung/Wissen in professioneller Umgebung Operative Verantwortlichkeiten <i>Bewertete Performance, Referenz</i>	Demonstrierte Erfahrung/Wissen in internationalem Business Operative Aufgaben/Projekte <i>Bewertete Performance, Referenz</i>
Theorie & Praxis - wissen -	Problemlösung - tun -		Effektive Interaktion - führen -	Weltweites Networking - managen -

Als didaktische Mittel werden, so trägt die Hochschule erläuternd vor, im Wesentlichen Selbststudium, Vorlesungen, Übungen, Ausarbeitungen, Fallstudien (in der Regel als Gruppenarbeit) sowie Auslands- und Praxismodule eingesetzt. Die Inhalte der Lehrveranstaltungen würden, wie den Modulbeschreibungen entnommen werden könne, in einer möglichst interaktiven Form angeboten, die Wissensvermittlung und Erfahrungslernen verbinde. Einen besonderen Stellenwert würden Fallstudien und Kleingruppenarbeiten einnehmen, um die praxisbezogene Anwendung des Gelernten zu ermöglichen.

In den Modulbeschreibungen zu den Veranstaltungen sind die schriftlichen Lehr- und Lernmaterialien sowie Literaturverweise dokumentiert. In der Regel, so führt die Hochschule aus, stellt der Dozent ein Vorlesungsskript zur Verfügung, das die Lehrveranstaltung strukturell und inhaltlich begleite; in manchen Fällen würde ein „Textbook“ vorgegeben, das die verpflichtende Basisliteratur zur Lehrveranstaltung darstellt. Digitale Materialien sowie Links zu wichtigen Websites seien im Intranet veranstaltungsbezogen abrufbar, parallel hierzu stelle die Hochschulbibliothek – neben Skripten und vertiefender Literatur – visuelle, audio- und multimediale Lehr- und Lernmaterialien zur Verfügung.

Bewertung:

Die Hochschule hat das Curriculum in eine nachvollziehbare didaktische Struktur gegossen. Die stringente Ausrichtung der Komponenten sowohl in ihrer Differenziertheit als auch unter dem Gesichtspunkt eines ganzheitlichen Ansatzes ist erkennbar auf das Studiengangziel hin ausgerichtet. Insbesondere die methodischen Ansätze überzeugen durch Einfallsreichtum und Flexibilität unter dem Aspekt einer optimalen Ausrichtung an den Lehrinhalten.

Die bei der BvO eingesehen Lehrveranstaltungsmaterialien waren aktuell, niveaugerecht und in Gestaltung sowie Ausführlichkeit angemessen. Die Möglichkeiten der Hochschulbibliothek arrondieren die begleitenden Materialien in sinnvoller und hilfreicher Weise.

		Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
3.	Konzeption des Studienganges			
3.4	Didaktisches Konzept			
3.4.1	Logik und Nachvollziehbarkeit des didaktischen Konzeptes			
3.4.2	Begleitende Lehrveranstaltungsmaterialien			

3.5 Berufsqualifizierende Kompetenzen

Die Berufsbefähigung der Absolventen für Aufgaben in einem internationalen Kontext ist nach Angaben der Hochschule definiertes Ziel der Studiengangskonzeption gewesen und unter allen Aspekten bei ihrer Weiterentwicklung leitend. Jährliche Absolventenbefragungen und der intensive Austausch mit Praxisvertretern dienen der Sammlung von Optimierungsideen.

Bewertung:

Es ist evident, dass das Curriculum auf das Qualifikationsziel und einem berufsqualifizierenden Abschluss mit klarem inhaltlichem Profil ausgerichtet ist. Die enge Kooperation mit Unternehmen sowie die Einbeziehung des Kuratoriums in die curriculare Profilierung des Programms tragen ebenso zur Employability der Studierenden bei wie die Rückkopplung mit den Alumni. Die Absolventen-Analyse bestätigt die gute Employability der „Ehemaligen“, wobei auf die diesbezügliche Empfehlung in Kapitel 5.3 Bezug genommen wird.

		Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
3.	Konzeption des Studienganges			
3.5	Berufsqualifizierende Kompetenzen	X		

4 Wissenschaftliches Umfeld und Rahmenbedingungen

4.1 Lehrpersonal des Studienganges

Das Lehrpersonal setzt sich aus den hauptamtlichen Lehrkräften der Hochschule und externen Dozenten zusammen, wobei sich der vorgelegten Lehrverflechtungsmatrix für den hier gegenständlichen Studiengang ein Anteil von etwa 61% hauptamtlicher Lehre (davon 55% professoraler Lehre) und 39% Lehre durch externe Dozenten entnehmen lässt.

Die Einstellungs Voraussetzungen für Hochschullehrer richten sich nach den Vorschriften des Hochschulgesetzes des Landes Nordrhein-Westfalen; das Berufungsverfahren ist in einer Berufsordnung geregelt. Internationalität und Praxisbezug sind nach den Bekundungen der Hochschule ihre wesentlichen Leitideen bei Auswahl der Lehrenden, zudem würden Forschungsqualifikationen im Berufungsverfahren berücksichtigt.

Zum Beginn des Wintersemesters 2013/14 verfügt die Hochschule über insgesamt 50 Stellen für hauptberufliche professorale Lehrkräfte, die sich auf 36 Vollzeit- und 14 Teilzeitstellen verteilen. Hinzu kommen festangestellte Lehrkräfte für besondere Aufgaben.

Wie bei der BvO seitens der Hochschule vorgetragen wurde, setzt sie in mannigfacher Weise Maßnahmen zur Personalentwicklung und -qualifizierung ein. So würden u.a. regelmäßig folgende Veranstaltungen an der Hochschule durchgeführt:

- Englischsprachiges Sprachtraining
- Dozententraining (Reflexion des eigenen Dozentenverhaltens, methodisch-didaktische Schulungen)
- Workshop „Stimme und Sprechen“
- AG Pädagogische-didaktische Weiterbildung (mit den 3 Schwerpunktbereichen: Sprachkompetenz, Konfliktsituationen, moderne Didaktikkonzepte/neue Medien)

An allen Standorten wird nach Darlegung der Hochschule eine hohe Betreuungsintensität erreicht. Im Wintersemester 2013/14 habe das Betreuungsverhältnis bei 46 Studierenden je Professor gelegen. Die Hochschullehrer und Lehrkräfte für besondere Aufgaben seien für die Studierenden – ohne Festlegung von Sprechzeiten – jederzeit für die Erörterung curricularer Fragen ebenso wie für Fragen zur individuellen Studienplanung erreichbar. Im Rahmen der Thesis stünden die Lehrenden den Studierenden bei der Themenfindung und als Betreuer zur Verfügung. Schließlich finde im Rahmen des von der Studierendenvertretung initiierten „Jour Fixe“ zu ausgewählten Themen, die per Eingabeverfahren benannt werden, eine

Aussprache zwischen Studierenden, der Studiengangs- und Hochschulleitung statt. Durch dieses Verfahren könnten frühzeitig Schwierigkeiten ausgeräumt werden.

Bewertung:

Die Durchsicht der Lebensläufe sowie die Gespräche mit den Lehrenden haben bestätigt, dass die erforderlichen wissenschaftlichen und didaktischen Qualifikationen vorliegen und den nationalen Vorgaben entsprechen. Der vorgelegten, detaillierten Lehrverflechtungsmatrix kann nachvollziehbar entnommen werden, dass die notwendige Lehrkapazität für alle Varianten des Studienganges an allen Standorten vorhanden ist. Die regelmäßige Weiterbildung der Hochschullehrer gehört zum Selbstverständnis der Hochschule und wird realisiert.

Die Betreuung der Studierenden ist fester Bestandteil der Dienstleistung des Lehrpersonals und wird regelmäßig angeboten. Bei Bedarf werden die Studierenden in akademischen und damit verbundenen Fragen auch außerhalb der vorgegebenen Sprechzeiten unterstützt. Die Studierenden haben die ständige Erreichbarkeit der Lehrenden und die schnellen Reaktionszeiten ausdrücklich hervorgehoben und bekundet, dass sie „rundum zufrieden“ seien.

		Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
4.	Wissenschaftliches Umfeld und Rahmenbedingungen			
4.1	Lehrpersonal des Studienganges			
4.1.1	Struktur und Anzahl des Lehrpersonals in Bezug auf die curricularen Anforderungen	X		
4.1.2	Betreuung der Studierenden durch das Lehrpersonal	X		

4.2 Studiengangsmanagement

Der Studiengangsleitung obliegt nach Maßgabe der von der Hochschule erlassenen „Aufgabenbeschreibung Studiengangsleitung“ die

- Konzeption und Weiterentwicklung des Studienangebots
- Koordination des allgemeinen Studienablaufs
- Koordination der Lehrkräfte
- Studierendenberatung und -betreuung
- Qualitätssicherung
- Vermarktung
- Netzwerkentwicklung und -pflege

An jedem Campus gibt es neben der Studiengangsleitung noch einen Verantwortlichen als Ansprechpartner für die Studierenden vor Ort.

Nach Auskunft der Hochschule sichern die nachfolgenden Verwaltungsabteilungen einen ordnungsgemäßen Studienablauf:

- **Studierendensekretariat:**

Organisation und Durchführung der Aufnahmeprüfungen, Erstellung der Studienverträge, Erstellung von Immatrikulationsbescheinigungen, Exmatrikulationsbescheinigungen, Rentenbescheinigungen, Ausfüllen von BAFÖG-Anträgen usw.;

- **Studienorganisation:**

Lehrveranstaltungsplanung, Planung des zeitlichen Semesterablaufs, Organisation der Einführungstage zum Studienstart, Organisation von Vertretungen und Verlegungen im Krankheitsfall, Mitteilung an die Studierenden über kurzfristige Änderungen im Vorlesungsplan; Beratung der Studierenden zur zeitlichen Organisation des Studiums;

- **Career Center:**

Praktikumsdatenbank, Unternehmenspräsentationen, Bewerbungs- und Karriereberatung, Bewerbungs- und Karrieremessen, Absolventendatenbanken für Partnerunternehmen, Stellenportal für Studierende, Absolventen und Alumni, Mentoring (Alumni und Studierende), Alumni-Events und Alumni-Management, Unternehmenskooperationen;

- **International Office:**

Ausbau und Pflege des internationalen Hochschulnetzwerkes, Beratung und Vermittlung von „Outgoing“-Studierenden, Organisation des Auswahl- und Bewerbungsprozesses, Ansprechpartner während des Auslandsaufenthaltes, Akquise internationaler Studierender, Beratung und Betreuung der „Incoming“-Studierenden vor und während des Aufenthaltes an der Hochschule, Koordination des Business Certificate Programms für ausländische Studierende, Akquise und Betreuung von Gastdozenten und Gastreferenten, Vermittlung von Vorlesungsreihen und Gastprofessuren der Lehrenden im Ausland, Aufbau und Durchführung von Doppelabschlussabkommen, administrative Koordination internationaler Projekte sowie der Promotionsvorhaben, Abwicklung von Stipendienprogrammen für Outgoing- und Incoming-Studierende.

Die Verwaltung ist, wie die Hochschule versichert, gleichermaßen bestrebt, den Studienbetrieb für die Lehrenden reibungslos zu gestalten. Dazu gehören u.a.:

- Bereitstellung eines Leitfadens („Dozenten-Package“) vor Semesterbeginn, in dem alle wichtigen Informationen rund um die Hochschule, den jeweiligen Campus sowie eine Einweisung in das Intranet (ISM-Net) als Orientierungshilfe aufgeführt werden,
- individuelle Abstimmung der Vorlesungszeiten,
- organisatorische Abwicklung der Prüfungen (Raumplanung, Durchführung, Klausuraufsicht)

Die Hochschule bietet, wie sie darlegt, für die Mitarbeiter in der Verwaltung eigene Fortbildungskurse an (beispielsweise Sprachkurse in Englisch, EDV-Kurse) und ermöglicht darüber hinaus die Teilnahme an Fortbildungsveranstaltungen, Seminaren und Tagungen externer Anbieter. Wie bei der BvO seitens der Hochschule ergänzend vorgetragen wurde, werden mit den Verwaltungsmitarbeitern zudem Zielvereinbarungen abgeschlossen, die u.a. auch Weiterbildungsmaßnahmen zum Gegenstand haben.

Bewertung:

Die Studiengangsleitung koordiniert die Abläufe aller im Studiengang Mitwirkenden nach Bekundung der bei der BvO gehörten Lehrenden und Studierenden sorgsam und effektiv. Dazu tragen eine klare Festlegung der Zuständigkeiten und Kompetenzen sowie eine straffe und überlegt strukturierte Organisation, verbunden mit einer ausreichenden Personalausstattung, bei. So ist die Organisation der Abläufe und Entscheidungsprozesse auch unter Berücksichtigung der Anforderungen, die sich aus vier Standorten ergeben,

nachvollziehbar geregelt und dokumentiert. Durch die mehrfache Verknüpfung der fachlichen und Modul- Verantwortung über die Funktionen Fachverantwortlicher, Modulverantwortlicher und Studiengangsleiter entsteht ein Netzwerk, das die inhaltliche Konkordanz des Programms an den Standorten und die niveaugleiche Umsetzung des Studiengangskonzeptes sicherzustellen vermag.

Die Funktionsbereiche der administrativen Serviceeinheiten sind ausführlich beschrieben, die Verantwortlichkeiten festgelegt. Das Verwaltungspersonal versteht sich, wovon sich die Gutachter bei der BvO im Gespräch mit Verwaltungsmitarbeitern, Lehrenden und Studierenden haben überzeugen können, als Dienstleister für Lehrende und Studierende. Über das persönliche Gespräch hinaus stehen die Mitarbeiter der Verwaltung auch auf elektronischem Wege für die Studierenden und Lehrenden mit hoher Präsenz zur Verfügung. Ablauforganisation und Verwaltungsunterstützung verdienen Anerkennung. Maßnahmen zur Personalentwicklung und -qualifizierung sind vorhanden.

		Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
4.	Wissenschaftliches Umfeld und Rahmenbedingungen			
4.2	Studiengangsmanagement			
4.2.1	Studiengangsleitung und Studienorganisation			
4.2.2	Verwaltungsunterstützung für Studierende und das Lehrpersonal			

4.3 Kooperationen und Partnerschaften

Die ISM ist Mitglied der Euro-Schulen-Organisation (ESO). Die ESO besteht seit mehr als 40 Jahren und ist mit über 100 Mitgliedern einer der größten Zusammenschlüsse privater Bildungsanbieter in Deutschland. Darüber hinaus betreibt die ESO mit der ISM Slovakia bereits seit 2004 eine nach dem slowakischen Hochschulrecht staatlich anerkannte Hochschule in Presöv.

Darüber hinaus verfügt die ISM über Kooperationsbeziehungen mit mehr als 160 internationalen Hochschulen, an denen die Studierenden ihre obligatorischen Auslandssemester absolvieren können. Über dieses Netzwerk findet ebenso ein Austausch von Dozenten statt.

Zudem pflegt die ISM in Fragen der Hochschulbildung einen Austausch mit anderen Hochschulen der Compostela Group, die 70 Hochschulen umfasst und in der die ISM seit 2009 Mitglied ist. Weitere Hochschulnetzwerke, in denen die ISM aktiv ist, sind die Euro Mediterranean University (EMUNI) und die European Foundation for Management Development (EFMD).

Im Rahmen der Bestrebungen der ISM, Promotionskooperationen mit inländischen und ausländischen Hochschulen einzugehen, sind 2013 Kooperationsvereinbarungen mit der University of Strathclyde (Glasgow) und der Newcastle Business School der Northumbria University in Newcastle abgeschlossen worden. Studierende können sich nunmehr an der Partnerhochschule mit einem Forschungsexposé mit der Zielsetzung der Promotion bewerben.

Das Career Center fördert den Erfahrungsaustausch zwischen Studierenden und Unternehmen. Es organisiert sowohl Fachvorträge, um den Studierenden weitreichende und

vertiefende Einblicke in wirtschaftliche Themenfelder und Problematiken zu ermöglichen als auch Unternehmenspräsentationen zur Information der Studierenden bzgl. der Produkt- und Dienstleistungspektren, der entsprechenden Personalanforderungen und der individuellen Entwicklungsmöglichkeiten in dem jeweiligen Unternehmen. Zu diesem Zweck wurde auch das ISM-Jobportal entwickelt, das vom Career Center gepflegt wird (siehe Kapitel 4.5).

Neben Vorträgen werden die Unternehmenskontakte des Career Centers und der Dozenten genutzt, um externe Dozenten aus der Unternehmenspraxis in Vorlesungen einzubinden und Beratungsprojekte, Fallstudien und Workshops für die Studierenden zu organisieren. Den Studierenden bietet sich dabei die Möglichkeit, direkt mit Unternehmen zusammenzuarbeiten, ihre Projekte und Arbeiten vor Führungskräften zu präsentieren und ihre eigenen Unternehmenskontakte und Netzwerke auszubauen.

Es wird der Austausch mit dem Kuratorium für die Optimierung des Programms genutzt. Rückschlüsse aus der Verbleibanalyse sowie Rückmeldungen des Alumni-Vereins über Erfahrungen mit ihrer Ausbildung und der Anwendbarkeit in der Praxis finden ebenfalls Berücksichtigung.

Bewertung:

Kooperationen mit anderen Hochschulen bestehen insbesondere aus den Partnerschaften für die Auslandsaufenthalte der Studierenden. Diese Kooperationen sind beschrieben und die der Kooperation zu Grunde liegenden Vereinbarungen sind dokumentiert. Das gleiche gilt auch für die Kooperationen mit Unternehmen. Diese begründen sich unter anderem in Kooperationen für Praktikumsplätze oder das Erstellen von Abschlussarbeiten.

		Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
4.	Wissenschaftliches Umfeld und Rahmenbedingungen			
4.3	Kooperationen und Partnerschaften			
4.3.1	Kooperationen mit Hochschulen und anderen wissenschaftlichen Einrichtungen bzw. Netzwerken	X		
4.3.2	Kooperationen mit Wirtschaftsunternehmen und anderen Organisationen	X		

4.4 Sachausstattung

Die Hochschule verfügt an den Standorten über folgende Flächen:

	Dortmund	Frankfurt	München	Hamburg
Raumfläche	4800 qm	2200 qm	2000 qm	2050 qm
Audimax	2	1	1	1
Seminarräume	18	12	10	12
IT-Seminarräume	2 (plus Internet Raum)	2	2	2
Büroräume	20	16	12	12
Dozentenraum	1	1	1	1
Konferenzräume, Videokonferenzräume	2	2	1	2
Bibliothek mit Arbeitsräumen	280 qm	120 qm	100 qm	100 qm
Bibliotheksarbeitsplätze	58	38	22	23
Kopier- und Druckbereich	35 qm	35 qm	10 qm	16 qm
Mensa / Cafeteria	340 qm (plus Terasen-nutzung)	100 qm	80 qm (plus Innenhof-nutzung)	75 qm (plus Innenhof-terasse)
Aufenthaltsbereiche, Lounges	100 qm	140 qm	60 qm	80 qm

Alle Hörsäle bzw. Seminarräume sind, wie die Hochschule vorträgt, mit fest installierter Präsentationstechnik (Videotechnik) ausgerüstet. Darüber hinaus stünden weitere mobile Präsentationssysteme zur Verfügung. Die Ausstattung aller Seminarräume entspreche den aktuellen Anforderungen an eine moderne Unterrichtsgestaltung (Whiteboard Tafel, Beamer, Overhead-Projektor, Flip-Chart, Netzwerk- und Onlineverbindung). Die technische Infrastruktur (Print- und Kopiertechnik, WLAN, Infoterminal, elektronisches Bibliothekssystem, elektronische Zugangsregelung, mediale Ausstattung der Hörsäle etc.) sei einheitlich an allen Standorten ausgebaut. Dasselbe gelte für die Ausstattung der Seminarräume und Arbeitsplätze für die Mitarbeiter.

Zur engen Verknüpfung zwischen den einzelnen Standorten steht zudem auf jedem Campus eine Videokonferenzanlage zur Verfügung. Diese werde für Dekanatskonferenzen ebenso genutzt wie für abteilungsinterne Besprechungen und die Betreuung von Abschlussarbeiten.

Die Hochschul-Campus-Bibliotheken werden nach Auskunft der Hochschule als Präsenzbibliotheken mit Kurzausleihe geführt. Der Medienbestand verteilte sich wie folgt:

Medienbestand je Medientyp und Standort (Stand Dezember 2013)

Medientyp	ISM Dortmund	ISM Frankfurt	ISM München	ISM Hamburg	Summe
Bücher	16508	5093	3397	1399	26397
Zeitschriften	12348	1495	680	196	14719
Disks	1157	193	148	86	1584
PDFs	2146	1816	1808	1810	7580
Zeitschriften GA	1251	387	360	351	2349
Bücher Gesamttitel	155	28	18	17	218
e-Ressourcen	51	50	50	50	201
e-Newsletter	1025	1010	1001	845	3881
E-Books	1031	972	970	973	3946
E-Journals	2818	2807	2780	2780	11185
Gesamt	38603	13859	11234	8520	72216

Ist ein Titel am eigenen Studienstandort nicht verfügbar, so wird nach den Ausführungen der Hochschule auf Vorschlag der Studierenden die Beschaffung umgehend ausgelöst.

Die Verfügbarkeit der Medien könne über den elektronischen Bibliothekskatalog I-OPAC recherchiert werden, der ebenso wie die Datenbanken von den Studierenden über das Intranet auch von zu Hause einsehbar sei. Es stehen, so die Hochschule, die Datenbanken Wiso-Datenbank, EBSCO-Datenbank, OECD-iLibrary und Citavi zur Verfügung. Darüber hinaus bestehe an allen Standorten für die Studierenden die Möglichkeit, auf die jeweiligen wissenschaftlichen Bibliotheken der örtlichen Hochschulen und Universitäten gebührenfrei zuzugreifen.

Die Bibliotheken der Hochschule sind nach ihrem Vorbringen unabhängig von Vorlesungs- bzw. vorlesungsfreien Zeiten wie folgt geöffnet:

Campi Dortmund, Hamburg und Frankfurt montags bis freitags von 8:30 - 19:00 Uhr, Campus München montags bis freitags von 9.00 bis 16.00 Uhr.

Diese Öffnungszeiten würden durch Fachpersonal oder ergänzend freitags und in den Abendstunden durch studentische Hilfskräfte abgedeckt. Neben Hilfe bei der Literaturbeschaffung bietet das Fachpersonal auch Rat bei Fragen rund um das wissenschaftliche Arbeiten an.

Bewertung:

Die Gutachter zeigen sich von der Quantität, Qualität sowie Media- und IT-Ausstattung der Unterrichtsräume beeindruckt. Die adäquate Durchführung des Studienganges ist hinsichtlich der qualitativen und quantitativen personellen, sächlichen und räumlichen Ausstattung gesichert. Dabei werden Verflechtungen mit anderen Studiengängen berücksichtigt. Die Räume und Zugänge sind behindertengerecht ausgestattet und barrierefrei erreichbar. Darüber hinaus entspricht die Ausstattung modernen, multimedialen Anforderungen.

Campus-Bibliotheken sind vorhanden und angemessen mit einschlägigen Medien ausgestattet. Der Zugang zu Literatur und Zeitschriften sowie digitalen Medien (z.B. elektronische Medien, Datenbanken) ist auf die Studieninhalte abgestimmt und auf aktuellem Stand. Das Entwicklungskonzept sieht einen Zugang zu relevanten digitalen Medien von zu Hause aus vor. Es sieht den sinnvollen Ausbau des Bestandes bzw. die Wahrung der Zeitschriften-Abonnements vor. Auch wenn nach Angaben der Hochschule zukünftig die Zeitschriften-Print-Abonnements auf die einzelnen Standorte aufgeteilt werden sollen, so wird durch elektronische Zugangswege sichergestellt, dass alle Standorte zumindest elektronischen Zugriff auf die jeweilige Zeitschrift haben.

Auch in der veranstaltungsfreien Zeit ist die Bibliothek hinreichend lange geöffnet. Im gesamten Bibliotheksbereich ist der Zugang mit Laptop über W-LAN zum kostenfreien Internet und Bibliotheksbestand sowie Online-Katalogen und Fernleihe gewährleistet. Als zusätzlichen Service bietet die Hochschul-Bibliothek Unterstützung, z.B. bei der Recherche, der Abwicklung von Literatur-Bestellungen etc.

		Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
4.	Wissenschaftliches Umfeld und Rahmenbedingungen			
4.4	Sachausstattung			
4.4.1	Quantität, Qualität der Unterrichtsräume	X		
4.4.2	Zugangsmöglichkeit zur erforderlichen Literatur	X		

4.5 Finanzplanung und Finanzierung des Studienganges

Die Hochschule finanziert ihre Studiengänge nach eigenem Bekunden zu etwa 95% aus Studiengebühren und zu 5% aus Drittmiteinnahmen. Sie ist sich, wie sie darlegt, der Tragweite eines finanziell abgesicherten Studienverlaufs bewusst und hat sich auch im Rahmen der Akkreditierung durch den Wissenschaftsrat verpflichtet, die Bestandteile ihrer Studiengänge jederzeit in ihrem Umfang und ihrer Qualität finanzieren zu können.

Für die Absicherung des Studienbetriebes wurde seit dem Jahr 2001 eine entsprechende Bürgschaft beim zuständigen Ministerium für Innovation, Wissenschaft und Forschung des

Landes Nordrhein-Westfalen hinterlegt. Alle drei Jahre erfolgt, entsprechend dem Anerkennungsbescheid des Sitzlandes, eine ministerielle Überprüfung der relevanten Eckdaten und eine Neujustierung der Bürgschaft auf Grundlage des jährlich vorzulegenden Wirtschaftsberichtes. Erst im Wintersemester 2013/14 ist nach Auskunft der Hochschule aufgrund ihres Wachstums eine Anpassung (Erhöhung) der Bürgschaftssumme vorgenommen worden.

Bei der Begutachtung vor Ort wurde in eine Aufstellung über die Einnahmen und Ausgaben der Hochschule in den letzten 4 Jahren Einsicht gewährt.

Bewertung:

In der bei der BvO eingesehenen Übersicht über die Finanzmittelströme der letzten 4 Jahre sind Einnahmen und Ausgaben übersichtlich, nachvollziehbar und mit hinreichendem Detaillierungsgrad dargestellt. Es konnte festgestellt werden, dass die Hochschule durchgängig mit einem positiven Saldo abschließt. Der anhaltende Aufwuchs der Anzahl der Studierenden lässt auch für die nächsten Jahre eine positive Entwicklung erwarten. Schließlich ist durch die beim zuständigen Ministerium hinterlegte namhafte Bürgschaft nach Überzeugung der Gutachter Finanzierungssicherheit nicht nur für die derzeit eingeschriebenen Studierenden, sondern für den gesamten Akkreditierungszeitraum gegeben.

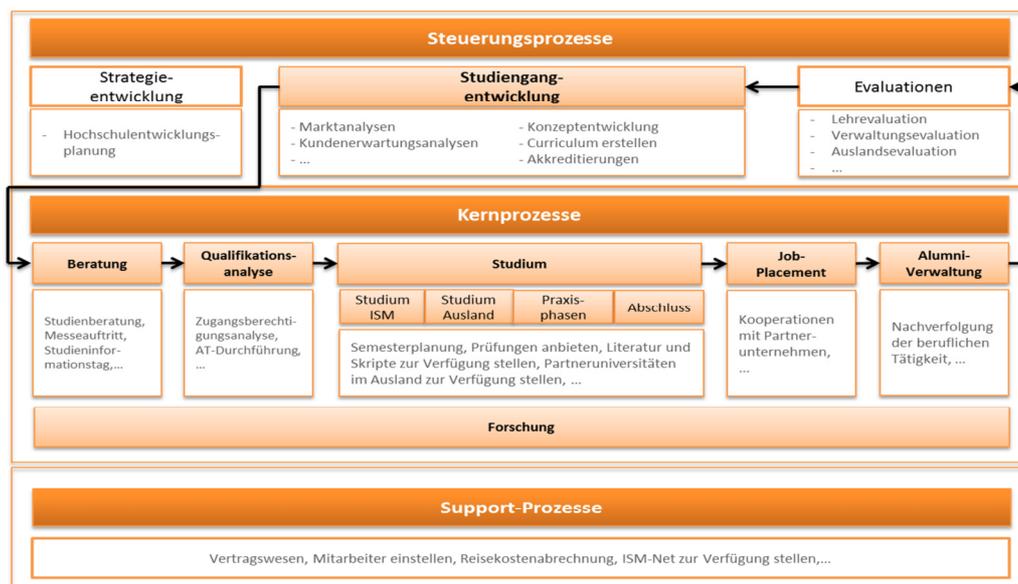
		Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
4.	Wissenschaftliches Umfeld und Rahmenbedingungen			
4.5	Finanzplanung und Finanzierung des Studienganges	X		

5 Qualitätssicherung

Die Hochschule verfolgt, wie sie vorträgt, das Konzept einer sich ständig verbessernden und entwickelnden Hochschule. Dabei soll die Definition, die transparente Dokumentation und die kontinuierliche Verbesserung von Prozessen mit klaren Zuständigkeiten und festgelegten Abläufen sowie die Messung der damit erreichten Qualität dazu beitragen, die eigenen Qualitätsziele in kontrollierter Form zu realisieren und zugleich den stetig steigenden Anforderungen des Wettbewerbs gerecht zu werden. Die Qualitätsziele der Hochschule leitet sie aus ihrem Leitbild ab:

- Internationalität (gezielte Förderung der Kompetenzen für die Wahrnehmung internationaler Aufgaben)
- Praxisbezug (Anwendungsorientierung in Lehre und Forschung)
- Individuelle Betreuung (Förderung der Studierenden nach Maßgabe ihrer Persönlichkeit und ihren individuellen Bedürfnissen)
- Persönliches Engagement (Forderung und Förderung der Leistungsbereitschaft und der Bereitschaft zur Übernahme von Verantwortung)
- Qualitätsanspruch (Verständnis einer lernenden Organisation; ständige Hinterfragung von Positionen und Abläufen mit der Zielsetzung kontinuierlicher Verbesserungen)

In seiner Ausführung basiere das QM auf einem klassischen PDCA-Zyklus (Plan-Do-Act-Check). Die Prozesse sind im nachfolgend dargestellten „Prozesshaus“ abgebildet:



Die Zuständigkeiten in den PDCA-Zyklen sind nach den Ausführungen der Hochschule eindeutig festgelegt und werden vom Präsidenten, dem Vizepräsidenten, den Campusleitern, den Dekanen, den Prodekanen, dem Studiendekan und den Studiengangsleitern wahrgenommen. Das übergreifende System der Qualitätssicherung und Entwicklung manifestiert sich auf Studiengangebene in einer „Educational Value Chain“ (EVC).

Die Lehrevaluation durch die Studierenden nimmt nach den Bekundungen der Hochschule eine zentrale und maßgebliche Rolle im Rahmen der Sicherung der Lehrqualität an der Hochschule ein. Jede Veranstaltung wird durch die Studierenden nach Maßgabe eines Onlinefragebogens in jedem Semester bewertet. Der Fragebogen wurde nach Auskunft der Hochschule im Vorjahr optimiert und umfasst neben Fragen zu den Lehrinhalten, der Lehrqualität, den Materialien und Optimierungspotenzialen auch Einschätzungen zum Workload.

Um die Qualität der Auslandsaufenthalte zu sichern, evaluiert die Hochschule, wie sie vorträgt, diese Aufenthalte mithilfe eines ausführlichen Feedbackbogens, den die Studierenden nach ihrer Rückkehr ausfüllen. Im Einzelnen würden insbesondere die Einschätzungen zur Behandlung der organisatorischen Angelegenheiten vor Semesterbeginn, zu akademischen Abläufen und Prozessen während des Aufenthaltes, zur Campus Community und die interkulturellen Erfahrungen außerhalb der Universität erfragt. Neben der Qualitätssicherung der Auslandssemester sollen die gewonnenen Informationen zukünftigen Studierenden als Entscheidungshilfe bei der Wahl der Partnerhochschule dienen.

Neben der regelmäßigen Qualitätssicherung durch das Lehrpersonal, z.B. in Programmkonferenzen oder Jour-Fixe-Terminen, semesterweisen standortbezogenen Dozententreffen sowie Treffen mit den Studierendenvertretern, erfolgt nach Auskunft der Hochschule eine Evaluation von Lehrveranstaltungen der Dozenten anlassbezogen durch ein Mitglied des Lehrkörpers in einem beschriebenen Verfahren (zum Beispiel aufgrund negativer Lehrevaluationsergebnisse oder bei Neuberufungen).

Ergänzend verweist die Hochschule auf Evaluationsbeiträge durch die Alumni und Unternehmen. Die Früchte der umfassenden Qualitätssicherungs- und -entwicklungsverfahren manifestieren sich nach Einschätzung der Hochschule in Ranking-Spitzenplätzen, wobei sie sich beispielhaft auf das Ranking der Wirtschaftswoche 2013, des CHE 2011 sowie das Universum Professional Survey 2011 beruft.

Zur Dokumentation des Studienganges wird von der Hochschule ausgeführt, dass der Studiengang u.a. in der Zulassungsordnung, der Prüfungsordnung, dem Modulhandbuch, der Praktikumsordnung und dem Kalendarium umfassend dokumentiert sei. Die maßgeblichen Dokumente würden den Studierenden mit dem Studienvertrag zugesendet und seien im Übrigen im „ISM-Net“ veröffentlicht. Die „Erläuterungen zur Erstellung schriftlicher Arbeiten in den Bachelor-Studiengängen der ISM“ stellen nach Auskunft der Hochschule eine weitere zentrale Leitlinie des Studiums an der Hochschule dar und seien ebenfalls im Intranet einsehbar. Darüber hinaus würden den Studierenden und Studieninteressierten zahlreiche Möglichkeiten für eine persönliche Beratung geboten. Eine ausführliche Liste aller Ansprechpartner finde sich auf der Homepage in der Rubrik „Kontakt“.

Bewertung:

Die bereichsübergreifende Qualitätssicherung und -entwicklung umfasst alle Funktionen der Hochschule und ist hochgradig systematisiert. So sind die Prozessbereiche lückenlos erfasst und beschrieben. Die Zuständigkeiten sind eindeutig festgelegt und greifen sinnvoll ineinander. Das hochschulweit geltende Qualitätssicherungs- und -entwicklungssystem wird auch auf den hier gegenständlichen Studiengang vollumfänglich angewendet. Mit Hilfe der „Educational Value Chain“ werden sämtliche für den Studiengang relevanten Evaluationsbereiche erfasst, Zuständigkeiten und Abläufe festgelegt sowie Instrumentarien definiert. Die studentische Evaluation der Lehrveranstaltungen und der Verwaltungsperformance ist, wovon sich die Gutachter bei der BvO haben überzeugen können, durchdacht konfiguriert und wird sorgsam administriert. Die Ergebnisse dieser Evaluationen werden von der Hochschule sorgfältig ausgewertet und bei der Weiterentwicklung des Programms berücksichtigt.

In diesem Kontext geht die Hochschule auch der Frage nach, ob Workload und Arbeitsbelastung stimmig sind und ob der Studienerfolg den Erwartungen entspricht. Die Auswertungsergebnisse haben, wie bereits im Kapitel „Weiterentwicklung des Studienganges ...“ ausgeführt wurde, zu einer Vielzahl struktureller und curricularer Veränderungen und zu Nachjustierungen des Workload geführt. Auch die Befunde aus den diversen anderen Evaluationen und Befragungen – Lehrende, Alumni, Unternehmensvertreter – haben diesen Prozess erkennbar beeinflusst.

Die Hochschule hat den Studiengang, den Studienverlauf und das Prüfungsgeschehen in einschlägigen Satzungen und Dokumenten umfassend dargelegt und sowohl in Papierform als auch im Intranet allen Studierenden, Studieninteressierten und der Öffentlichkeit insgesamt zugänglich gemacht. Diese Dokumente enthalten auch ausführliche Nachteilsausgleichsregelungen für Studierende mit Behinderung.

		Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
5.	Qualitätssicherung			
5.1	Qualitätssicherung und Weiterentwicklung		X	
5.2	Transparenz und Dokumentation		X	

Qualitätsprofil

Hochschule: ISM International School of Management, Standorte Dortmund, Frankfurt, München, Hamburg

Bachelor-Studiengang: Global Brand & Fashion Management (B.A.)

Beurteilungskriterien	Bewertungsstufen		
	Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
1. Ziele und Strategie			
1.1. Logik und Nachvollziehbarkeit der Zielsetzung des Studiengangskonzeptes	X		
1.2. Studiengangprofil (nur relevant für Master-Studiengang)			X
1.3. Geschlechtergerechtigkeit und Chancengleichheit	X		
2. Zulassung (Zulassungsprozess und -verfahren)			
2.1. Zulassungsbedingungen	X		
2.2. Auswahlverfahren	X		
2.3. Berufserfahrung (relevant für weiterbildenden Master-Studiengang)			X
2.4. Gewährleistung der Fremdsprachenkompetenz	X		
2.5. Transparenz der Zulassungsentscheidung	X		
3. Konzeption des Studienganges			
3.1. Umsetzung			
3.1.1. Struktureller Aufbau des Studienganges (Kernfächer / ggf. Spezialisierungen (Wahlpflichtfächer) / weitere Wahlmöglichkeiten / Praxiselemente)	X		
3.1.2. Berücksichtigung des „European Credit Transfer and Accumulation Systeme (ECTS)“ und der Modularisierung			Auflage
3.1.3. Studien- und Prüfungsordnung	X		
3.1.4. Studierbarkeit	X		
3.2. Inhalte			
3.2.1. Logik und konzeptionelle Geschlossenheit des Curriculums	X		
3.2.2. Begründung der Abschlussbezeichnung	X		
3.2.3. Begründung der Studiengangsbezeichnung	X		
3.2.4. Prüfungsleistungen und Abschlussarbeit	X		
3.3. Kompetenzerwerb für anwendungs- und/oder forschungsorientierte Aufgaben (sofern vorgesehen - nur bei Master-Studiengang)			X

3.4	Didaktisches Konzept	
3.4.1	Logik und Nachvollziehbarkeit des didaktischen Konzeptes	X
3.4.2	Begleitende Lehrveranstaltungsmaterialien	X
3.5	Berufsbefähigung	X
4.	Ressourcen und Dienstleistungen	
4.1	Lehrpersonal des Studienganges	
4.1.1	Struktur und Anzahl des Lehrpersonals in Bezug auf die curricularen Anforderungen	X
4.1.2	Betreuung der Studierenden durch Lehrpersonal	X
4.2	Studiengangsmanagement	
4.2.1	Studiengangsleitung und Studienorganisation	X
4.2.2	Verwaltungsunterstützung für Studierende und das Lehrpersonal	X
4.3	Kooperationen und Partnerschaften	
4.3.1	Kooperationen mit Hochschulen und anderen wissenschaftlichen Einrichtungen bzw. Netzwerken (falls relevant)	X
4.3.2	Kooperationen mit Wirtschaftsunternehmen und anderen Organisationen	X
4.4	Sachausstattung	
4.4.1	Quantität, Qualität der Unterrichtsräume	X
4.4.2	Zugangsmöglichkeit zur erforderlichen Literatur	X
4.5	Finanzplanung und Finanzierung des Studienganges	X
5.	Qualitätssicherung	
5.1	Qualitätssicherung und Weiterentwicklung	X
5.2	Transparenz und Dokumentation	X

Beschluss der FIBAA-Akkreditierungskommission für Programme

99. Sitzung am 15. Juli 2016

Projektnummer: 15/094
Hochschule: ISM International School of Management
Studiengänge: International Management (B.A.)
 Finance & Management (B.Sc.)
 Tourism & Event Management (B.A.)
 Marketing & Communications Management (B.A.)
 Global Brand & Fashion Management (B.A.)
 Psychology & Management (B.A.)
 International Management (M.A.)
 Management (M.A.)

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

Die bestehende Akkreditierung der Studiengänge

- International Management (B.A.)
- Tourism & Event Management (B.A.)
- Global Brand & Fashion Management (B.A.)
- Psychology & Management (B.A.)
- International Management (M.A.)
- Management (M.A.)

wird gemäß Ziff. 3.1.1 der Regeln des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung i.d.F. vom 20. Februar 2013 um den Standort Köln erweitert.

Akkreditierungszeiträume:

Bachelor-Studiengänge:	11. Juli 2014 bis Ende Sommersemester 2021
International Management (M.A.):	20. Juli 2012 bis Ende Sommersemester 2019
Management (M.A.)	20. Juli 2012 bis Ende Sommersemester 2017

Die bestehende Akkreditierung der Studiengänge

- Finance & Management (B.Sc.)
- Marketing & Communications Management (B.A.)

wird gemäß Ziff. 3.1.2 der Regeln des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung i.d.F. vom 20. Februar 2013 um den Standort Köln unter einer Auflage erweitert.

Akkreditierungszeitraum: 11. Juli 2014 bis Ende Sommersemester 2021

Auflage:

Die Hochschule weist die adäquate quantitative und qualitative personelle Durchführung des Studienganges anhand einer Lehrverflechtungsmatrix unter Berücksichtigung der relevanten Standorte und den Lebensläufen der ggf. neu angestellten Lehrkräfte nach.

(Rechtquelle: Ziff. 2.7 der Regeln des Akkreditierungsrats)

Die Erfüllung der Auflage ist bis zum 1. Oktober 2017 nachzuweisen.

Das Siegel des Akkreditierungsrates wird vergeben.

Gutachten

Hochschule:

ISM International School of Management
Standort Köln

Studiengänge und Abschlussgrade:

International Management (B.A.)
Finance & Management (B.Sc.)
Tourism & Event Management (B.A.)
Marketing & Communications Management (B.A.)
Global Brand & Fashion Management (B.A.)
Psychology & Management (B.A.)
International Management (M.A.)
Management (M.A.)

Allgemeine Informationen zum Studiengang

Kurzbeschreibung des Studienganges International Management (B.A.):

Das Programm wird in 4 Varianten angeboten:

International Management European Track

International Management European Track (English Trail)

International Management Global Track

International Management Global Track (English Trail)

Gemeinsame Zielsetzung aller dieser Varianten ist die Vermittlung von fachlichen, instrumentalen, systemischen und kommunikativen Qualifikationen und Kompetenzen, dank derer die Absolventen befähigt sind, in international aufgestellten Unternehmen mittlere und höhere Führungsverantwortung im Management zu übernehmen. Die Variante des „Global Track“ verstärkt dabei die fachliche, internationale und interkulturelle Kompetenz durch ein zusätzlich zu studierendes Semester an einer Partnerhochschule in Übersee. Der „English Trail“ richtet sich vornehmlich an internationale Studierende und solche, die ihre englischen Sprachkenntnis vertiefen wollen.

Kurzbeschreibung des Studienganges Finance & Management (B.Sc.):

Vor dem Hintergrund, dass Finanzmanagement eine Schlüsselfunktion erfolgreicher Unternehmensführung darstellt, soll der Studiengang den Teilnehmern eine fachlich breit angelegte, praxisfundierte Qualifizierung für einen Einstieg in finanzwirtschaftliche Führungsaufgaben vermitteln. In Realisierung dieser Zielsetzung werden im Curriculum mit internationalen Bezügen alle Segmente des Finanzsystems mit den Wirtschaftsfeldern „Steuern“, „Rechnungslegung“ und „Unternehmenssteuerung“ miteinander verknüpft. Hinzutreten als Schlüsselqualifikationen Fremdsprachen, Soft Skills und Praxiselemente. Potenzielle Berufsfelder sieht die Hochschule bei Banken, Versicherungen, Wertpapierhandelshäusern, Kapitalanlagegesellschaften, Vermögensverwaltungen, aber auch in generalistisch geprägten Positionen in Unternehmen, Consultinggesellschaften sowie Verbänden.

Kurzbeschreibung des Studienganges Marketing & Communications Management (B.A.):

Die Studierenden erhalten eine umfassende betriebswirtschaftliche Ausbildung und können sich in den Bereichen Unternehmenskommunikation, Medienmanagement, Public Relations, Marketing sowie E-Business spezialisieren. Dabei bereitet die ISM gezielt auf ein internationales Tätigkeitsfeld vor: Die Studierenden belegen Fremdsprachenkurse in Englisch und Französisch oder Spanisch. Darüber hinaus absolvieren sie mindestens ein Semester im Ausland, wo sie Erfahrungen mit fremden Kulturen und deren kommunikativen Besonderheiten sammeln. Dieses Wissen ermöglicht es ihnen, die Beziehung zwischen Unternehmen und externen wie internen Zielgruppen effizient zu managen.

Kurzbeschreibung des Studienganges Tourism & Event Management (B.A.):

Der Studiengang qualifiziert die Studierenden durch die Vermittlung wissenschaftlicher Grundlagen, Methodenkompetenz und berufsfeldbezogene Qualifikationen sowohl in branchenspezifischen als auch funktionspezifischen Berufsfeldern für sämtliche Bereiche der Wertschöpfungskette der Tourismus- und Eventbranche. Die Studierenden belegen Fremdsprachenkurse in Englisch und Französisch oder Spanisch. Darüber hinaus absolvieren sie mindestens ein Semester im Ausland, wo sie Erfahrungen mit fremden Kulturen und deren kommunikativen Besonderheiten sammeln.

Kurzbeschreibung des Studienganges Global Brand & Fashion Management (B.A.):

Ziel des Studienganges ist die Vermittlung einer betriebswirtschaftlichen Grundausbildung, die zugleich in den Bereichen Brand & Marketing Management, Fashion Management und Retail Management vertieft bzw. spezialisiert werden soll. Dabei bereitet die ISM gezielt auf ein internationales Tätigkeitsfeld vor: Die Studierenden belegen Fremdsprachenkurse in

Englisch und Französisch oder Italienisch. Darüber hinaus absolvieren sie mindestens ein Semester im Ausland, wo sie Erfahrungen mit fremden Kulturen und deren kommunikativen Besonderheiten sammeln.

Kurzbeschreibung des Studienganges Psychology & Management (B.A.):

Die Zielsetzungen des Studienganges orientieren sich an den Haupteinsatzfeldern für Wirtschaftspsychologen in der Praxis. Die Studierenden verfügen nach Studienabschluss über ein breites und integriertes Wissen im Fachbereich Psychologie und Wirtschaft. Die Studierenden belegen Fremdsprachenkurse in Englisch und Französisch oder Spanisch. Darüber hinaus absolvieren sie mindestens ein Semester im Ausland, wo sie Erfahrungen mit fremden Kulturen und deren kommunikativen Besonderheiten sammeln.

Kurzbeschreibung des Studienganges International Management (M.A.):

Zielsetzung des Master-Studienganges „International Management“ ist es, für verschiedene Managementfunktionen in international tätigen Unternehmen auszubilden. Studierende qualifizieren sich auf mittlerer und oberer Führungsebene in unterschiedlichen Unternehmensbereichen, z.B. internationale Finanzierung, Marketing, Controlling und Logistik.

Kurzbeschreibung des Studienganges Management (M.A.):

Zielsetzung des berufsbegleitenden Master-Studienganges „Management“ ist es, die Studierenden in die Lage zu versetzen, strategieorientiert und eigenverantwortlich Managementprozesse zu steuern und Entscheidungen in ihren Unternehmen zu komplexen Aufgaben und Herausforderungen, auch in internationalen Zusammenhängen, zu treffen.

Zuordnung der Studiengänge:

B.A.: grundständig

M.A.: konsekutiv

Studiendauer:

B.A.: European Track: 6 Semester und Global Track: 7 Semester

International Management (M.A.): 4 Semester

Management (M.A.): 5 Semester

Akkreditierungsart:

Ergänzung der bestehenden Akkreditierung auf den Standort Köln

Studienform:

B.A.: Vollzeit

International Management (M.A.): Vollzeit

Management (M.A.): Teilzeit

Double/Joint Degree vorgesehen:

nein

Aufnahmekapazität:

Max. 32 Studierende

Start zum:

B.A.: sowohl zum Wintersemester als auch zum Sommersemester

M.A.: Wintersemester

Erstmaliger Start des Studienganges am Standort Köln:

International Management (B.A.): Wintersemester 2014/15

Finance & Management (B.Sc.): Wintersemester 2016/17

Marketing & Communications Management (B.A.): Wintersemester 2016/17
Tourism & Event Management (B.A.): Wintersemester 2014/15
Global Brand & Fashion Management (B.A.): Wintersemester 2014/15
Psychology & Management (B.A.): Wintersemester 2014/15
International Management (M.A.): Wintersemester 2015/16
Management (M.A.): Wintersemester 2014/15

Zügigkeit (geplante Anzahl der parallel laufenden Jahrgänge):

1

Umfang der ECTS-Punkte des Studienganges:

B.A.: European Track: 180 ECTS-Punkte und Global Track: 210 ECTS-Punkte
M.A.: 120 ECTS-Punkte

Stunden (Workload) pro ECTS-Punkt:

Bachelor-Studiengänge/International Management (M.A.): 30
Management (M.A.): 25

Ablauf des Akkreditierungsverfahrens²

Die Studiengänge International Management (B.A.), Finance & Management (B.Sc.), Marketing & Communications Management (B.A.), Tourism & Event Management (B.A.), Global Brand & Fashion Management (B.A.) und Psychology & Management (B.A.) der International School of Management (ISM) wurden am 11. Juli 2014 unter Auflagen für den Zeitraum 11. Juli 2014 bis Ende Sommersemester 2021 von der FIBAA akkreditiert. Vertragsschluss war am 31. Oktober 2013. 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 04. Februar 2010.

Die Studiengänge International Management (M.A.) und Management (M.A.) wurden am 20. Juli 2012 unter Auflagen für den Zeitraum 20. Juli 2012 bis Ende Sommersemester 2019 von der FIBAA akkreditiert. Vertragsschluss war am 31. Januar 2012. Maßgeblich für dieses Akkreditierungsverfahren sind somit die Regeln des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung i.d.F. vom 7. Dezember 2011 und die Ländergemeinsamen Strukturvorgaben für die Akkreditierung von Bachelor- und Masterstudiengängen i.d.F. vom 04. Februar 2010.

Am 3. November 2015 wurde zwischen der FIBAA und der International School of Management (ISM), ein Vertrag über die Ergänzung der bestehenden Akkreditierung der Studiengänge International Management (B.A.), Finance & Management (B.Sc.), Marketing & Communications Management (B.A.), Tourism & Event Management (B.A.), Global Brand & Fashion Management (B.A.), Psychology & Management (B.A.), International Management (M.A.) und Management (M.A.) auf den Standort Köln geschlossen. Am 18. Februar 2016 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. Olaf Werner

Friedrich-Schiller-Universität Jena
em. Professor für Zivilrecht
(Zivilrecht, Zivilprozessrecht, Handelsrecht, Gesellschaftsrecht, Wirtschaftsrecht)

Prof. Dr. Karen Cabos

Fachhochschule Lübeck
Professorin für Internationales Management
(Volkswirtschaftslehre, International Management and Business, Statistik)

Prof. Dr. Alexander Hennig

Duale Hochschule Baden-Württemberg
Professor für Betriebswirtschaft und Handelsmanagement
(Betriebswirtschaftslehre, Handelsbetriebslehre, Volkswirtschaftslehre, Wissenschaftstheorie)

² Lediglich zur Vereinfachung der Lesbarkeit des Fragen- und Bewertungskataloges erfolgt im Folgenden keine geschlechtsbezogene Differenzierung.

LL.M. Julia Titze
Stadtwerke Herne AG
Mitarbeiterin Unternehmensentwicklung
(Wirtschaftsjuristin)

Sarae El-Mourabit
Ruprecht-Karls-Universität Heidelberg
Studentin der Rechtswissenschaften

FIBAA-Projektmanager:
Karin Legerlotz

Die Begutachtung beruht auf der Antragsbegründung, ergänzt um weitere, vom Gutachterteam erbetene Unterlagen, und einer Begutachtung vor Ort.

Das auf dieser Grundlage erstellte Gutachten wurde der Hochschule am 8. Juni 2016 zur Stellungnahme zugesandt. Die Hochschule übermittelte ihre Stellungnahme zum Gutachten 17. Juni 2016; die Stellungnahme ist im vorliegenden Gutachten bereits berücksichtigt.

Zusammenfassung

Die Gegebenheiten am Standort Köln hinsichtlich der qualitativen und quantitativen personellen, sächlichen und räumlichen Ausstattung für die Studiengänge International Management (B.A.), Finance & Management (B.Sc.), Marketing & Communications Management (B.A.), Tourism & Event Management (B.A.), Global Brand & Fashion Management (B.A.), Psychology & Management (B.A.), International Management (M.A.) und Management (M.A.) der International School of Management (ISM) erfüllen die Qualitätsanforderungen für Studiengänge, so dass die bestehende Akkreditierung von der Foundation for International Business Administration Accreditation (FIBAA) auf das Angebot am Standort Köln unter einer Auflage für die Studiengänge Finance & Management (B.A.) und Marketing & Communications Management (B.A.) erweitert werden kann.

Akkreditierungszeitraum:

Bachelor-Studiengänge: 11. Juli 2014 bis Ende Sommersemester 2021

International Management (M.A.): 20. Juli 2012 bis Ende Sommersemester 2019

Management (M.A.) 20. Juli 2012 bis Ende Sommersemester 2017

Finance & Management (B.Sc.)

Marketing & Communications Management (B.A.):

Handlungsbedarf sehen die Gutachter bei der personellen Ausstattung. Daher empfehlen sie, die Akkreditierung mit folgenden Auflagen zu verbinden:

Akkreditierungszeitraum:

11. Juli 2014 bis Ende Sommersemester 2021

Die Hochschule weist die adäquate quantitative und qualitative personelle Durchführung des Studienganges anhand einer Lehrverflechtungsmatrix unter Berücksichtigung der relevanten Standorte und den Lebensläufen der ggf. neu angestellten Lehrkräfte nach.

(Rechtquelle: Ziff. 2.7 der Regeln des Akkreditierungsrats)

Die Erfüllung der Auflage ist bis zum Studienstart, d.h. bis zum Wintersemester 2016/17 nachzuweisen.

Darstellung und Bewertung im Einzelnen

4 Wissenschaftliches Umfeld und Rahmenbedingungen

4.1 Lehrpersonal des Studienganges

Zu Beginn des Wintersemesters 2015/16 verfügt die ISM über insgesamt 67 Stellen (58,8 Vollzeitäquivalente) für hauptberufliche professorale Lehrkräfte. Gegenüber dem Vorjahr ist dies ein Anstieg von mehr als 13%. Hinzu kommen 16 festangestellte Lehrkräfte (10,9 Vollzeitäquivalente) für besondere Aufgaben. Auf den Campus in Köln entfallen davon 7 Hochschullehrer (6 Vollzeitäquivalente) und eine Lehrkraft für besondere Aufgaben. Der Anteil der von Hochschullehrern der ISM gehaltenen liegt

- im Studiengang International Management (B.A.) bei 52,5 %,
- im Studiengang Tourism & Event Management (B.A.) bei 53,5 %,
- im Studiengang Global Brand & Fashion Management (B.A.) bei 50,5 %,
- im Studiengang Psychology & Management (B.A.) bei 60,5 %,
- im Studiengang International Management (M.A.) bei 53,8 % und
- im Studiengang Management (M.A.) bei 51,9 %.

Bewertung:

Der Umfang des Lehrkörpers für die Studiengänge International Management (B.A.), Tourism & Event Management (B.A.), Global Brand & Fashion Management (B.A.), Psychology & Management (B.A.), International Management (M.A.) und Management (M.A.) entspricht den Erfordernissen, die sich aus den curricularen Anforderungen ergeben. Struktur und Anzahl des Lehrpersonals korrespondieren, auch unter Berücksichtigung der Mitwirkung in Studiengängen an anderen Standorten, mit den Anforderungen des Studienganges.

Für die Studiengänge Finance & Management (B.Sc.) sowie Marketing & Communications Management (B.A.) lag noch keine Lehrverflechtung vor, da die Studiengänge am Standort Köln noch nicht gestartet sind. Die Gutachter empfehlen daher, folgende **Auflage** auszusprechen:

Die Hochschule weist die adäquate quantitative und qualitative personelle Durchführung des Studienganges anhand einer Lehrverflechtungsmatrix unter Berücksichtigung der relevanten Standorte und den Lebensläufen der ggf. neu angestellten Lehrkräfte nach.

Im Übrigen entspricht die Bewertung derjenigen im Hauptbericht.

		Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
4.	Wissenschaftliches Umfeld und Rahmenbedingungen			
4.1	Lehrpersonal des Studienganges			
4.1.1	Struktur und Anzahl des Lehrpersonals in Bezug auf die curricularen Anforderungen	X	Auflage F&M, C&M	
4.1.2	Betreuung der Studierenden durch das Lehrpersonal	X		

4.2 Studiengangsmanagement

Die Hochschule führt aus, dass die Studiengangsleitung von der ISM-Geschäftsführung eingesetzt ist, um die Studiengänge zu konzipieren, verantwortlich zu betreuen, zu steuern sowie weiterzuentwickeln. Dafür ist sie mit entsprechenden Kompetenzen und Verantwortung ausgestattet. Um eine konsistente inhaltliche und organisatorische Betreuung der Programme sicherzustellen, hat es sich die ISM zum Grundsatz gemacht, die Studiengangsleitung ihrer Programme in die Hand von festangestellten Professoren zu geben. Dadurch kann auch langfristig ein störungsfreier Ablauf des Studienbetriebes sichergestellt werden. Die Studiengangsleitung arbeitet standortübergreifend.

Bewertung:

Die Bewertung entspricht derjenigen im Hauptbericht.

4.3 Kooperationen und Partnerschaften

Die ISM verfügt über Kooperationsbeziehungen mit mehr als 170 internationalen Hochschulen, diese werden auch für den Standort Köln genutzt. Neben dem Studierendenaustausch findet über dieses umfangreiche Netzwerk auch ein Austausch von Dozenten statt. Internationale Gastdozenten ergänzen die fachlichen Angebote um interkulturelle und internationale Perspektiven, während ISM-Dozenten ihre Kenntnisse und Erfahrungen an den Partnerhochschulen einbringen. Gleichzeitig sammeln sie neue Eindrücke in den Diskussionen mit internationalen Studierenden und Kollegen und bereichern damit auch den Unterricht an der ISM.

Im Übrigen wird auf den Hauptbericht verwiesen.

Bewertung:

Die Bewertung entspricht derjenigen im Hauptbericht.

4.4 Sachausstattung

Am ISM-Standort Köln wurde im September 2014 der Studienbetrieb aufgenommen. Der Campus befindet sich in zentraler Lage im Kölner MediaPark. Das Gebäude besticht durch seine moderne Architektur. Insgesamt stehen der ISM rund 2.000 Quadratmeter Fläche für Seminar- und Besprechungsräume, Büros, eine Bibliothek mit Lesesaal sowie eine Lounge zur Verfügung.

Die Bibliothek in Köln verfügt derzeit über einen Lese- und Arbeitsraum mit ca. 10 Arbeitsplätzen. Zusätzlich zu den Aufenthaltsbereichen und dem Bibliotheksarbeitsraum können unbelegte Räume jederzeit zum Studium und für Gruppenarbeiten verwendet werden. Eine Liste der aktuell freien Räume finden die Studierenden im ISM-Net. Auch in diesen Räumen ist die Nutzung des kostenfreien Wireless-LAN möglich.

Alle Seminarräume sind mit fest installiertem Beamer ausgestattet, ebenso mit Whiteboardtafel, Overhead-Projektor, Netzwerk- und Onlineverbindung. Darüber hinaus stehen Flip-Charts und weitere mobile Präsentationssysteme zur Verfügung.

Im Einzelnen ergibt sich folgende Ausstattung:

	Köln
Vorlesungsräume gesamt	13
Audimax	1 (teilbar)
Seminarräume	9
IT-Räume	2
Büros	10
Konferenzräume	1
Dozentenraum	1
Bibliothek	1

Die Erweiterung der Räumlichkeiten von 2.000 auf 3.000 Quadratmeter im gleichen Gebäude durch die Anmietung einer zusätzlichen halben Etage wird zum Wintersemester 2016 abgeschlossen sein.

Die ISM-Bibliotheken werden als Präsenzbibliotheken mit Kurzausleihe geführt. Neben Primär- und Sekundärliteratur liegen abonnierte wissenschaftliche Zeitschriften, Periodika, Magazine und Wirtschaftszeitungen vor. Neben Literatur zur allgemeinen Betriebswirtschaftslehre, zu den Themenbereichen Management, Dienstleistung und Soft Skills, sind auch Literatur und Zeitschriften zu den Spezialgebieten der ISM-Studiengänge vorhanden. Zugriff auf den Katalog aller ISM-Standorte ist über das Intranet der ISM standortunabhängig möglich. Die Nutzung der Online-Datenbanksysteme erfolgt analog. Zugang zu weiterer Literatur, zusätzlichen Datenbanken sowie zur Fernleihe haben die Studierenden über die umliegenden Bibliotheken.

Der aktuelle Medienbestand der Bibliothek ist folgender Tabelle zu entnehmen (Stand Dezember 2015):

Medientyp	Dortmund	Frankfurt	Köln	München	Hamburg	Summe
Bücher	16533	5001	637	3593	1810	27574
Zeitschriften	12148	2197	86	868	493	15792
Disks	1182	215	35	179	111	1722
PDFs	2492	2445	1384	2432	2437	11190
Zeitschriften GA	1353	462	130	418	408	2771
Bücher Gesamttitel	160	33	6	19	20	238
e-Ressourcen	62	52	52	52	52	270
e-Newsletter	1109	1097	1098	1086	1096	5486
E-Books	1057	1053	1031	1052	1052	5245
E-Journals	3001	3018	2376	2989	2992	14376
Gesamt	39097	15573	6835	12688	10471	84664

Die Verfügbarkeit der Medien kann über den elektronischen Bibliothekskatalog I-OPAC recherchiert werden. Dieser kann - ebenso wie die Datenbanken - über das Intranet der ISM auch von zu Hause abgerufen werden. Folgende Datenbanken stehen zur Verfügung:

- Wiso-Datenbank
- EBSCO-Datenbank
- OECD iLibrary
- Statista-Zugriff über das Internet
- eBook Business Collection: 12.644 Wirtschaftsfach- und -studienbücher stehen zur Verfügung. Dabei besteht Zugriff auf Bücher von Fachverlagen wie Elsevier, Oxford University Press, Cambridge University Press, Ashgate Publishing, Princeton University Press, etc. zu allen relevanten betriebswirtschaftlichen Feldern wie Management, Marketing, Organisation, Auditing, etc.

Die ISM ist bemüht – parallel zum Wachstum der Standorte – Bestand und Nutzbarkeit der Bibliotheken kontinuierlich auszubauen. Die Studierenden verfügen über die Möglichkeit, im Bibliothekskatalog standortübergreifend zu recherchieren. Ist ein Titel am eigenen Studienstandort nicht verfügbar, so kann der Studierende den Titel zur Anschaffung

vorschlagen, woraufhin umgehend eine Bestellung ausgelöst wird. Auf diese Weise soll der Bibliotheksbestand an den Standorten der ISM wachsen und einheitlich aufgebaut werden.

Die Bibliothek der ISM in Köln ist von Mo - Fr 8:00 - 18:00 Uhr und alle zwei Wochen Sa 8:00 - 16:30 Uhr, unabhängig von Vorlesungs- bzw. vorlesungsfreien Zeiten, geöffnet.. Die Öffnungszeiten werden durch Fachpersonal oder ergänzend freitags, samstags und in den Abendstunden durch studentische Hilfskräfte abgedeckt. Neben Hilfe bei der Literaturbeschaffung bietet das Fachpersonal auch Rat bei Fragen rund um das wissenschaftliche Arbeiten (z. B. Zitieren, Literaturverzeichnisse erstellen usw.).

Bewertung:

Mit der Sachausstattung am Standort Köln wird die ISM den Anforderungen der Studiengänge sowohl in quantitativer als auch qualitativer Hinsicht gerecht. Sie entspricht den für den Studienbetrieb beschriebenen Notwendigkeiten, auch unter Berücksichtigung der Ressourcenverwendung für andere Studiengänge und wird was die Räumlichkeiten angeht derzeit sogar noch aufgrund des wachsenden Platzbedarfes erweitert. Die technische Ausstattung entspricht in hohem Maße modernen, multimedialen Standards. Die Räume und Zugänge sind behindertengerecht ausgestattet und barrierefrei erreichbar.

Eine Präsenzbibliothek am Standort Köln ist vorhanden, deren Öffnungszeiten und Betreuung den Bedürfnissen der Studierenden hinreichend Rechnung tragen. Die Literatur ist auch auf die vorliegenden Studiengänge abgestimmt und der Bestand wird aktualisiert und ausgebaut. Zwar ist der Präsenzbestand durchaus überschaubar, aber die Gutachter erachten den Zugang zu der erforderlichen Literatur insbesondere im Hinblick auf den Zugang zu digitalen Medien als ausreichend.

Die Anzahl von Bibliothekarbeitsplätzen wird als ausreichend erachtet, da ein Zugriff auf Online-Kataloge und den Bibliotheksbestand über das Intranet auch von anderen Räumen der Hochschule möglich ist.

Daher entspricht die Bewertung derjenigen im Hauptbericht.

4.5 Finanzplanung und Finanzierung des Studienganges

Die ISM und somit auch ihre Studiengänge finanzieren sich überwiegend aus Studiengebühren mit einer Trägergesellschaft in der Rechtsform einer GmbH. Daneben haben sich in den vergangenen Jahren zunehmend Drittmittelinwerbungen realisieren lassen – dies soll weiter intensiviert werden.

Für die Absicherung des Studienbetriebes wurde seit dem Jahr 2001 eine Bürgschaft beim zuständigen Ministerium für Innovation, Wissenschaft und Forschung des Landes Nordrhein-Westfalen hinterlegt. Aufgrund des Wachstums der Hochschule in den vergangenen Jahren und dem Aufbau neuer Studienstandorte wurde 2014 eine Anpassung kalkuliert und mit dem zuständigen Ministerium vereinbart.

Bewertung:

Die Bewertung entspricht derjenigen im Hauptbericht.

Beschluss der FIBAA-Akkreditierungskommission für Programme

106. Sitzung am 23. März 2018

Projektnummer:	17/075
Hochschule:	ISM International School of Management
Standorte:	Stuttgart
Studiengänge:	International Management (B.Sc.) Marketing & Communications Management (B.A.) Tourism & Event Management (B.A.) Global Brand & Fashion Management (B.A.) Psychology & Management (B.Sc.)
Art der Akkreditierung:	Erweiterung der bestehenden Akkreditierung um den Standort Stuttgart

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

Die bestehende Akkreditierung der Studiengänge wird gemäß Ziff. 3.1.1 der Regeln des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung i.d.F. vom 20. Februar 2013 um den Standort Stuttgart erweitert.

Akkreditierungszeitraum: 11. Juli 2014 bis Ende Sommersemester 2021

Das Siegel des Akkreditierungsrates wird vergeben.

Gutachten

Hochschule:

ISM International School of Management
Standort Stuttgart

Studiengänge und Abschlussgrade:

International Management (B.Sc.)
Marketing & Communications Management (B.A.)
Tourism & Event Management (B.A.)
Global Brand & Fashion Management (B.A.)
Psychology & Management (B.Sc.)

Allgemeine Informationen zum Studiengang

Kurzbeschreibung der Studiengänge:

International Management (B.Sc.)

Zielsetzung des Studienganges ist die Vermittlung von fachlichen, instrumentalen, systemischen und kommunikativen Qualifikationen und Kompetenzen, dank derer die Absolventen befähigt sind, in international aufgestellten Unternehmen mittlere und höhere Führungsverantwortung im Management zu übernehmen. Die Variante des „Global Track“ verstärkt dabei die fachliche, internationale und interkulturelle Kompetenz durch ein zusätzlich zu studierendes Semester an einer Partnerhochschule in Übersee. Der „English Trail“ richtet sich vornehmlich an internationale Studierende und solche, die ihre englischen Sprachkenntnis vertiefen wollen.

Marketing & Communications Management (B.A.)

Die Studierenden sollen eine umfassende betriebswirtschaftliche Ausbildung erhalten und können sich in den Bereichen Unternehmenskommunikation, Medienmanagement, Public Relations, Marketing sowie E-Business spezialisieren. Dabei bereitet die ISM gezielt auf ein internationales Tätigkeitsfeld vor: Die Studierenden belegen Fremdsprachenkurse in Englisch und Französisch oder Spanisch. Darüber hinaus absolvieren sie mindestens ein Semester im Ausland, wo sie Erfahrungen mit fremden Kulturen und deren kommunikativen Besonderheiten sammeln. Dieses Wissen ermöglicht es ihnen, die Beziehung zwischen Unternehmen und externen wie internen Zielgruppen effizient zu managen.

Tourism & Event Management (B.A.)

Der Studiengang qualifiziert die Studierenden durch die Vermittlung wissenschaftlicher Grundlagen, Methodenkompetenz und berufsfeldbezogene Qualifikationen sowohl in branchenspezifischen als auch funktionspezifischen Berufsfeldern für sämtliche Bereiche der Wertschöpfungskette der Tourismus- und Eventbranche. Die Studierenden belegen Fremdsprachenkurse in Englisch und Französisch oder Spanisch. Darüber hinaus absolvieren sie mindestens ein Semester im Ausland, wo sie Erfahrungen mit fremden Kulturen und deren kommunikativen Besonderheiten sammeln.

Global Brand & Fashion Management (B.A.)

Ziel des Studienganges ist die Vermittlung einer betriebswirtschaftlichen Grundausbildung, die zugleich in den Bereichen Brand & Marketing Management, Fashion Management und Retail Management vertieft bzw. spezialisiert werden soll. Dabei bereitet die ISM gezielt auf ein internationales Tätigkeitsfeld vor: Die Studierenden belegen Fremdsprachenkurse in Englisch und Französisch oder Italienisch. Darüber hinaus absolvieren sie mindestens ein Semester im Ausland, wo sie Erfahrungen mit fremden Kulturen und deren kommunikativen Besonderheiten sammeln.

Psychology & Management (B.Sc.)

Die Zielsetzungen des Studienganges orientieren sich an den Haupteinsatzfeldern für Wirtschaftspsychologen in der Praxis. Die Studierenden verfügen nach Studienabschluss über ein breites und integriertes Wissen im Fachbereich Psychologie und Wirtschaft. Die Studierenden belegen Fremdsprachenkurse in Englisch und Französisch oder Spanisch. Darüber hinaus absolvieren sie mindestens ein Semester im Ausland, wo sie Erfahrungen mit fremden Kulturen und deren kommunikativen Besonderheiten sammeln.

Zuordnung der Studiengänge:

grundständig

Studiendauer:

6 oder 7 Semester (bei Global Track)

Studienform:

Vollzeit

Double/Joint Degree vorgesehen:

nein

Aufnahmekapazität:

32 Studierende

Start zum:

sowohl zum Wintersemester als auch zum Sommersemester

Erstmaliger Start der Studiengänge:**International Management (B.Sc.):**

Wintersemester 2005/06

English Trail: Wintersemester 2013/14

Marketing & Communications Management (B.A.):

Wintersemester 2004/2005

Tourism & Event Management (B.A.):

Wintersemester 2005/06

Global Brand & Fashion Management (B.A.):

European Track: Wintersemester 2013/14,

Global Track: Wintersemester 2014/15

Psychology & Management (B.Sc.):

Wintersemester 2009/10

Zügigkeit (geplante Anzahl der parallel laufenden Jahrgänge):

Einzügig

Umfang der ECTS-Punkte der Studiengänge:

180 bzw. 210 ECTS-Punkte (Global Track)

Stunden (Workload) pro ECTS-Punkt:

30 Stunden

Ablauf des Akkreditierungsverfahrens³

Die Studiengänge International Management (B.Sc.), Tourism & Event Management (B.A.), Communications & Marketing (B.A.), Psychology & Management (B.Sc.) und Global Brand & Fashion Management (B.A.) der ISM International School of Management wurden am 11. Juli 2014 unter einer Auflage für den Zeitraum vom 11. Juli 2014 bis zum Ende des Sommersemesters 2021 von der FIBAA re-akkreditiert. Vertragsschluss war am 31. Oktober 2013. Alle Auflagen sind zwischenzeitlich erfüllt worden.

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 18. Juli 2017 wurde zwischen der FIBAA und der ISM International School of Management ein Vertrag über die Erweiterung der Akkreditierung der Studiengänge um den Campus Stuttgart geschlossen. Am 27. Oktober 2017 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. Dr. h.c. Andreas Knorr

Deutsche Universität für Verwaltungswissenschaften

Professor für Volkswirtschaftslehre, insbesondere Wirtschafts- und Verkehrspolitik

apl. Prof. Dr. Manfred Nutz

Universität Bonn

apl. Professor für Geographie

FIBAA-Projektmanager:

Elisabeth Rauch

Die Begutachtung beruht auf der Antragsbegründung, ergänzt um weitere, vom Gutachterteam erbetene Unterlagen, und einer Begutachtung vor Ort. Die Begutachtung vor Ort wurde am 14. Dezember 2017 in den Räumen der Hochschule in Stuttgart durchgeführt. Im gleichen Cluster wurde die Erweiterung der Studiengänge International Management (M.Sc.) und Real Estate Management (M.Sc.) begutachtet. 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 18. Januar 2018 zur Stellungnahme zugesandt. Die Hochschule übermittelte ihre Stellungnahme zum Gutachten am 22. Januar 2018; die Stellungnahme ist im vorliegenden Gutachten bereits berücksichtigt.

³ Lediglich zur Vereinfachung der Lesbarkeit des Gutachtens erfolgt im Folgenden keine geschlechtsbezogene Differenzierung.

Zusammenfassung

Die Gegebenheiten am Campus Stuttgart hinsichtlich der qualitativen und quantitativen personellen, sächlichen und räumlichen Ausstattung für die Studiengänge International Management (B.Sc.), Tourism & Event Management (B.A.), Communications & Marketing (B.A.), Psychology & Management (B.Sc.) und Global Brand & Fashion Management (B.A.) der ISM International School of Management entsprechen den einschlägigen Qualitätsanforderungen. Die bestehenden Akkreditierungen können daher von der Foundation for International Business Administration Accreditation (FIBAA) um den Standort Stuttgart erweitert werden.

Darstellung und Bewertung im Einzelnen

6 Wissenschaftliches Umfeld und Rahmenbedingungen

6.1 Lehrpersonal

Die Einstellungsvoraussetzungen für Hochschullehrer richten sich formal nach den Bestimmungen des § 36 HZG des Landes Nordrhein-Westfalen. Das Berufungsverfahren ist nach Angaben der Hochschule in der Berufsordnung geregelt.

Die Mitarbeiterzahl in Lehre & Forschung wächst nach Angaben der Hochschule stetig. Im Wintersemester 2017/18 verfügt die Hochschule über insgesamt 78 Stellen (66,73 VZÄ) für hauptberufliche professorale Lehrkräfte (vgl. Tabelle unten) und für das Sommersemester 2018 sind bereits 4 neue Hochschullehrer angestellt, davon einer für den Campus Stuttgart. Hinzu kommen 15 festangestellte Lehrkräfte (11,30 VZÄ) für besondere Aufgaben. Auf den Standort Stuttgart entfällt davon eine Stelle (0,7 VZÄ.).

Hochschullehrer der ISM (Stand: Oktober 2017)	In Köpfen	In VZÄ
Dortmund	23	19,89
Frankfurt	14	12,34
Hamburg	9	8,33
München	17	14,89
Köln	9	7,67
Stuttgart	6	3,61
Gesamt	78	66,73

Es finden regelmäßig unterschiedliche Veranstaltungen statt, an denen Hochschullehrer, Mitarbeiter und Studierende teilnehmen. Darüber hinaus treffen sich die Professoren mit fachlichen und inhaltlichen Berührungspunkten standortübergreifend zu regelmäßigen Abstimmungsgesprächen.

Zu diesen Veranstaltungen gehören:

- Jahrestagung zur Strategie (Hochschullehrer und Mitarbeiter aller Standorte)
- Campusleitersitzung (Campusleiter und Präsidium)
- Abteilungsleitertreffen (Abteilungsleiter der ISM)
- Dozenten- und Mitarbeiterveranstaltungen am jeweiligen Campus
- Jour Fixe (Studierende und Hochschul- sowie Studiengangsleitung).

Zudem tauschen sich die Lehrenden eines Moduls mit den Fach- und Modulverantwortlichen über Inhalte des Faches und die gemeinsame Konzeption von Klausuren aus. Im Rahmen von Studiengangskonferenzen können die Lehrenden den Studiengangsleitern Anregungen zum Studiengang geben und sich fachübergreifend austauschen. Auch in den Bereichen Marketing, Logistik, Finanzen und Psychologie sowie in den übergeordneten Bereichen Corporate Governance, Consulting und Human Resources und Leadership Skills ist ein inhaltlicher Austausch über Fachtagungen vorgesehen, um die stetige Qualitätssicherung und -weiterentwicklung innerhalb der Fächer zu gewährleisten.

Alle Dozenten stehen den Studierenden – ohne jegliche Festlegung von Sprechzeiten – vor

Ort für persönliche Gespräche zur Verfügung und sind auch per E-Mail erreichbar. Dies betrifft curriculare Fragestellungen ebenso wie Fragen zur individuellen Studienplanung bzw. Organisation. In den Jour fixe-Veranstaltungen diskutiert die Hochschulleitung mit den Studierenden von ihnen benannte Probleme und Schwachstellen und entwickelt gemeinsame Problemlösungen.

Weitere Informationen sind den Hauptberichten zu entnehmen.

Bewertung:

Die Struktur und Anzahl des Lehrpersonals korrespondieren, auch unter Berücksichtigung der Mitwirkung in anderen Studiengängen, mit den Anforderungen der Studiengänge. Sie entsprechen, soweit vorhanden, den nationalen Vorgaben. Eine Lehrverflechtungsmatrix lässt erkennen, dass die notwendige Kapazität für diese Studiengänge vorhanden ist. Maßnahmen zur Personalentwicklung und -qualifizierung sind vorhanden.

Die Betreuung der Studierenden ist fester Bestandteil der Dienstleistung des Lehrpersonals und wird regelmäßig angeboten. Bei Bedarf werden die Studierenden in akademischen und damit verbundenen Fragen unterstützt.

6.2 Studiengangsmanagement

Die mit entsprechenden Kompetenzen ausgestattete Studiengangsleitung konzipiert, verantwortet, betreut und steuert den Studiengang und trägt die Verantwortung. Sie arbeitet standortübergreifend und wird an jedem Campus von einem Vertreter vor Ort unterstützt. Zusätzlich existiert eine Campusleitung, die studiengangübergreifend als Ansprechpartner zur Verfügung steht.

Die folgenden Abteilungen stehen den Studierenden und Lehrenden am Standort Stuttgart zur Verfügung und sollen einen ordnungsgemäßen Studienablauf vor Ort sichern:

- Studierendensekretariat
- Studienorganisation
- Career Center
- International Office
- Bibliothek
- Prüfungsamt
- IT-System Administration
- Studienberatung und Hochschulmarketing

Hinzu kommen die folgenden zentral am Campus Dortmund arbeitenden Abteilungen, die standortübergreifend tätig sind:

- IT-System Entwicklung und Support
- Qualitätsmanagement
- Akkreditierung und Programmentwicklung
- Buchhaltung
- Personalabteilung

Um dem stetig steigenden Umfang an Aufgaben Rechnung zu tragen, wurden nach Angaben der Hochschule in den letzten Jahren die Personalressourcen weiter ausgebaut. Zu Beginn des Wintersemesters 2017/18 waren 158 Mitarbeiter (132,06 Vollzeitäquivalente) in der Hochschulverwaltung beschäftigt. Auf den Campus Stuttgart entfallen davon 10 Mitarbeiter (7,8 VZÄ).

Weitere Informationen sind den Hauptberichten zu entnehmen.

Bewertung:

Nach Ansicht der Gutachter erhalten die Studierenden und Lehrenden hinreichend administrative Unterstützung an dem neuen Standort in Stuttgart.

Zusätzlich zu dem Campusleiter steht den Studierenden ein Vertreter des Studiengangsleiters zur Verfügung, um fachspezifische Fragen zu beantworten und die Durchführung des Studienganges zu koordinieren. Der Vertreter steht in engem Kontakt mit dem jeweiligen Studiengangsleiter.

Im Übrigen wird auf die Ausführungen in den Hauptberichten verwiesen.

6.3 Kooperationen und Partnerschaften

Die Studierenden und Lehrenden am Campus Stuttgart können auf das Kooperationsnetzwerk der Hochschule mit mehr als 170 internationalen Hochschulen zurückgreifen. Neben dem Studierendenaustausch im Rahmen der Auslandssemester findet über dieses umfangreiche Netzwerk auch ein Austausch von Dozenten statt. Internationale Gastdozenten ergänzen die fachlichen Angebote um interkulturelle und internationale Perspektiven.

Weitere Informationen sind den Hauptberichten zu entnehmen.

Bewertung:

Kooperationen mit anderen Hochschulen bestehen insbesondere aus den Partnerschaften für die Auslandsaufenthalte der Studierenden. Diese Kooperationen sind beschrieben und die der Kooperation zugrunde liegenden Vereinbarungen sind dokumentiert.

6.4 Sachausstattung

Insgesamt stehen der Hochschule am Campus Stuttgart rund 1.800 Quadratmeter Fläche für Seminar- und Besprechungsräume, Büros, eine Bibliothek mit Lesesaal sowie eine Lounge zur Verfügung. Zusätzlich zu den Aufenthaltsbereichen und dem Bibliotheksarbeitsraum können unbelegte Räume jederzeit zum Studium und für Gruppenarbeiten verwendet werden. Eine Liste der aktuell freien Räume finden die Studierenden im ISM-Net. Auch in diesen Räumen ist die Nutzung des kostenfreien Wireless-LAN möglich.

Die Ausstattung der Seminarräume entspricht nach Angaben der Hochschule den Anforderungen an eine moderne Unterrichtsgestaltung. Alle Seminarräume sind mit fest installierten Beamern ausgestattet, ebenso mit Whiteboardtafeln, Overhead-Projektor, Netzwerk- und Onlineverbindung. Darüber hinaus stehen Flip-Charts und weitere mobile Präsentationssysteme zur Verfügung.

Im Einzelnen ergibt sich folgende Ausstattung (Stand Mai 2017):

	Stuttgart
Vorlesungsräume gesamt	14
davon Seminarräume	12
davon IT-Räume	2
Büros	10
(Video-)Konferenzräume	1
Dozentenraum	1
Bibliothek	1

Die Bibliothek vor Ort ist eine Präsenzbibliothek mit Kurzausleihe. Zusätzlich zu Primär- und Sekundärliteratur liegen abonnierte wissenschaftliche Zeitschriften, Lehrbücher, Magazine und Wirtschaftszeitungen vor. Neben Literatur zur allgemeinen Betriebswirtschaftslehre, zu den Themenbereichen Management, Dienstleistung und Soft Skills sind auch Medien zu den Spezialgebieten der ISM-Studiengänge vorhanden.

Zugriff auf den Katalog aller ISM-Standorte ist über das Intranet der Hochschule standortunabhängig möglich.

Der aktuelle Medienbestand der Bibliothek am Standort Stuttgart lautet wie folgt (Stand 31. August 2017)

- 2.864 Bücher
- 178 Zeitschriften
- 49 Disks
- 1.046 PDFs
- 52 e-Ressourcen
- 859 e-Journals
- 362 E-Books

Die Verfügbarkeit der Medien kann über den elektronischen Bibliothekskatalog I-OPAC recherchiert werden. Dieser kann über das Intranet der ISM auch von zu Hause abgerufen werden. Die Studierenden am Standort Stuttgart haben ebenfalls Zugriff zu den Datenbanken der gesamten Hochschule (Wiso, ECSCO, OECD, Statista, e-Business Collection).

Die Bibliothek am Campus in Stuttgart ist montags, dienstags und donnerstags von 13:00-18:00 Uhr und mittwochs und freitags von 9:00 bis 14:00 Uhr geöffnet. Neben Hilfe bei der Literaturbeschaffung bietet das Fachpersonal auch Rat bei Fragen rund um das wissenschaftliche Arbeiten (z. B. Zitieren, Literaturverzeichnisse erstellen usw.). Sie verfügt derzeit über einen Lese- und Arbeitsraum mit 5 normalen Arbeitsplätzen und 2 Arbeitsplätzen mit PCs, die Zugriff auf einem Scanner/Drucker haben.

Zusätzlich zu der Bibliothek der Hochschule haben die Studierenden die Möglichkeit, mit ihrem Studentenausweis die umliegenden Bibliotheken in Stuttgart (u.a. die Landesbibliothek Stuttgart) für Ihre Recherchen zu benutzen

Weitere Informationen sind den Hauptberichten zu entnehmen.

Bewertung:

Die adäquate Durchführung der Studiengänge ist hinsichtlich der qualitativen und quantitativen personellen, sächlichen und räumlichen Ausstattung gesichert. Dabei werden Verflechtungen mit anderen Studiengängen berücksichtigt. Die Räume und Zugänge sind behindertengerecht ausgestattet und barrierefrei erreichbar.

Die Bibliothek ist auch in der veranstaltungsfreien Zeit hinreichend lange geöffnet. Öffnungszeiten und Betreuung tragen den Bedürfnissen der Studierenden Rechnung. Ein Entwicklungskonzept für die Bibliothek liegt vor. Der Zugang zu Literatur und Zeitschriften sowie digitalen Medien (z.B. elektronische Medien, Datenbanken) ist auf die Studieninhalte abgestimmt und auf dem aktuellen Stand. Ein Konzept für die weitere Entwicklung (Aktualisierung) liegt vor.

6.5 Finanzplanung und Finanzierung des Studienganges

Die Hochschule und somit auch ihre Studiengänge finanzieren sich überwiegend aus Studiengebühren mit einer Trägergesellschaft in der Rechtsform einer GmbH. Daneben haben sich in den vergangenen Jahren zunehmend Drittmittelinwerbungen realisieren lassen – dies soll nach Angaben der Hochschule weiter intensiviert werden.

Weitere Informationen sind den Hauptberichten zu entnehmen.

Bewertung:

Eine finanzielle Grundausrüstung ist vorhanden und die Finanzierungssicherheit für den gesamten Akkreditierungszeitraum ist gesichert.