

Beschluss der FIBAA-Akkreditierungskommission für Programme

90. Sitzung am 20./21. März 2014

102. Sitzung am 24. März 2017: Projektnummer: 16/085, Erweiterung um die neuen Studienrichtungen „Fashion Management“ und „Marketing Analytics“ s.a. ab Seite 32.

Projektnummer: 13/081

Hochschule: Macromedia Hochschule für Medien und Kommunikation

Standorte: Berlin, Hamburg, Köln, München, Stuttgart

Studiengang: 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. Abs. 3.2.4 i. V. m. 3.2.5 der Regeln des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung i. d. F. vom 20. Februar 2013 unter vier Auflagen für fünf Jahre akkreditiert.

Akkreditierungszeitraum: 1. Oktober 2014 bis 31. März 2020

Auflagen:

1. Die Hochschule legt die Zielsetzung des Studienganges in der Form dar, wie sie bei der Durchführung des Studienganges zugrunde gelegt werden soll und bei der Begutachtung mündlich formuliert worden ist
(siehe Kapitel 1.1; Rechtsquelle: Regeln des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung“ i. d. F. vom 20. Februar 2013 Nr. 2.1).

Die Auflage ist erfüllt.

Die FIBAA-Akkreditierungskommission für Programme am 29. Januar 2015.

2. Die Hochschule formuliert die Beschreibungen der Module AL-MW1, AL-GM1, AL-SF1, AL-MW3, AL-SQ5 und AL-SI outcome-orientiert und ergänzt bei allen Modulen Angaben zur Verwendbarkeit im gleichen Studiengang und in anderen Studiengängen
(siehe Kapitel 3.1; Rechtsquelle: Punkte 2a und 2d der Anlage zu den Rahmenvorgaben für die Einführung von Leistungspunktsystemen und die Modularisierung von Studiengängen (Beschluss der Kultusministerkonferenz vom 10.10.2003 i. d. F. vom 04. Februar 2010)).

Die Auflage ist erfüllt.

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

3. Die Hochschule weist nach, dass
- a. die Allgemeine Studien- und Prüfungsordnung, die Studien- und Prüfungsordnung für den Bachelorstudiengang Management und die Ordnung zur Anerkennung von Studien- und Prüfungsleistungen beschlossen, rechtsgeprüft und genehmigt sind und
 - b. die Studien- und Prüfungsordnung eine angemessene Bearbeitungsdauer der Bachelor-Arbeit für Studierende in Teilzeit festlegt
- (siehe Kapitel 3.1; Rechtsquelle: Regeln des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung“ i. d. F. vom 20. Februar 2013 Nr. 2.4 und 2.5).*

Die Auflage ist erfüllt.

Die FIBAA-Akkreditierungskommission für Programme am 29. Januar 2015.

4. Die Hochschule weist nach, dass die Inhalte des Curriculums der überarbeiteten Zielsetzung des Studienganges entsprechen
- (siehe Kapitel 3.2; Rechtsquelle: Regeln des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung“ i. d. F. vom 20. Februar 2013 Nr. 2.3).*

Die Auflage ist erfüllt.

Die FIBAA-Akkreditierungskommission für Programme am 29. Januar 2015.

Das Siegel des Akkreditierungsrates wird vergeben.

Gutachten

Hochschule:

Macromedia Hochschule für Medien und Kommunikation (MHMK)

Standorte: Berlin, Hamburg, Köln, München, Stuttgart

Bachelor-Studiengang:

Management

Abschlussgrad:

Bachelor of Arts (B.A.)

Kurzbeschreibung des Studienganges:

Der Studiengang vermittelt eine breite und praxisbezogene Qualifizierung der Studierenden für Managementaufgaben in der „Digital Society“. Studierende sollen in erster Linie für eine Tätigkeit im internationalen Umfeld sowie in unternehmerischer Selbstständigkeit qualifiziert werden und befähigt sein, die Bedeutung der Medien als Mittel der Wertschöpfung und die damit zusammenhängenden Chancen und Risiken zu erkennen und zu nutzen. Neben einer generalistischen Ausbildung haben Studierende die Möglichkeit der Schwerpunktsetzung in einer selbst gewählten Vertiefungsrichtung. Kennzeichen des Studienganges sind zudem intensive Projektarbeit, ein Auslandssemester, ein Praxissemester sowie die curriculare Einbindung studentischer Initiativen.

Zuordnung des Studienganges:

grundständig

Studiendauer:

7 Semester

Studienform:

Vollzeit oder Teilzeit

Double/Joint Degree vorgesehen:

nein

Aufnahmekapazität:

100

Start zum:

Wintersemester

Erstmaliger Start des Studienganges:

Wintersemester 2014/15

Zügigkeit (geplante Anzahl der parallel laufenden Jahrgänge):

jeweils einzügig pro Standort

Umfang der ECTS-Punkte des Studienganges:

210

Stunden (Workload) pro ECTS-Punkt:

30

Ablauf des Akkreditierungsverfahrens¹

Am 27. August 2013 wurde zwischen der FIBAA und der Macromedia Hochschule für Medien und Kommunikation (MHMK) ein Vertrag über die Konzept-Akkreditierung des Studienganges Management (B.A.) geschlossen. Am 21. Oktober 2013 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. Sie stellte zur Zusammensetzung des Gutachterteams das Benehmen mit der Hochschule her; Einwände wurden nicht geäußert. Dem Gutachterteam gehörten an:

Prof. Dr. phil. Otto Altendorfer

Hochschule Mittweida

Professor für Publizistik und Kommunikationswissenschaften,
Direktor der Mitteldeutschen Journalistenschule

Prof. Dr. Jörg Freiling

Universität Bremen

Professor für Mittelstand, Existenzgründung und Entrepreneurship

Prof. Dr. Julia Frohne

International School of Management Dortmund

Studiengangsleiterin B.A. Psychology & Management

Prof. Dr. Tibor Kliment

Rheinische Fachhochschule

Professor für Medienökonomie

Prof. Dr. habil. Wolfgang Schulz

Hochschule Fresenius

Studiendekan Media Management,

Studiendekan Logistics & Retail

Christoph Sodemann

Inhaber Südost-Medienagentur und get linx -media+solutions

TV-Produktion/Unternehmenskommunikation

Luisa Todisco

HTW Berlin

Studentin der Wirtschaftskommunikation (M.A.)

FIBAA-Projektmanager:

Dipl.-Kfm. Ekon.Mag. Henning Dettleff

Die Begutachtung beruht auf der Antragsbegründung, ergänzt um weitere, vom Gutachterteam erbetene Unterlagen, und einer Begutachtung vor Ort. Die Gutachter haben sich übereinstimmend für deren Durchführung ausgesprochen, da sie zu der Konzeption des Studienganges und zahlreichen Detailfragen Erläuterungsbedarf hatten, der besser im Rahmen einer solchen Begutachtung als in einer Telefonkonferenz zu klären war. Die Begutachtung vor Ort wurde am 23. und 24. Januar 2014 in den Räumen der Hochschule in München durchgeführt. Im gleichen Cluster wurden die bereits durch die FIBAA akkreditierten Studiengänge Film und

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

Fernsehen (B.A.), Medien- und Kommunikationsdesign (B.A.), Medienmanagement (B.A.), Journalistik (B.A.) und Open Media Master (M.A.) begutachtet, für welche die Hochschule Änderungsakkreditierungen beantragt hatte. 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 20. Februar 2014 zur Stellungnahme zugesandt. Die Hochschule übermittelte ihre Stellungnahme zum Gutachten am 3. März 2014; die Stellungnahme ist im vorliegenden Gutachten bereits berücksichtigt.

Zusammenfassung²

Generell gilt, dass im Fall einer Konzept-Akkreditierung, also vor Aufnahme des Studienbetriebs, der Studiengang so zu bewerten ist wie ein laufender Studiengang.

Der Bachelor-Studiengang Management (B.A.) der Macromedia Hochschule für Medien und Kommunikation (MHMK), der an den Standorten Berlin, Hamburg, Köln, München und Stuttgart durchgeführt werden soll, erfüllt mit wenigen Ausnahmen die Qualitätsanforderungen für Bachelor-Studiengänge. Er entspricht weitgehend den Strukturvorgaben der Kultusministerkonferenz (KMK), den Anforderungen des Akkreditierungsrates sowie den Anforderungen des nationalen Qualifikationsrahmens in der zum Zeitpunkt der Verfahrenseröffnung geltenden Fassung. Daher kann er von der Foundation for International Business Administration Accreditation (FIBAA) für einen Zeitraum von fünf Jahren vom 1. Oktober 2014 bis 31. März 2020 unter vier Auflagen akkreditiert werden.

Handlungsbedarf sehen die Gutachter bei der Transparenz der mit dem Studiengang verfolgten Qualifikationsziele, deren Umsetzung im Curriculum, der Formulierung der Modulbeschreibungen, beim Status der für den Studiengang einschlägigen Ordnungen sowie der Transparenz der adäquaten Versorgung mit Lehrpersonal. Daher empfehlen sie, die Akkreditierung mit folgenden Auflagen zu verbinden:

1. Die Hochschule legt die Zielsetzung des Studienganges in der Form dar, wie sie bei der Durchführung des Studienganges zugrunde gelegt werden soll und bei der Begutachtung mündlich formuliert worden ist
(siehe Kapitel 1.1; Rechtsquelle: Regeln des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung“ i. d. F. vom 20. Februar 2013 Nr. 2.1).
2. Die Hochschule formuliert die Beschreibungen der Module AL-MW1, AL-GM1, AL-SF1, AL-MW3, AL-SQ5 und AL-SI outcome-orientiert und ergänzt bei allen Modulen Angaben zur Verwendbarkeit im gleichen Studiengang und in anderen Studiengängen
(siehe Kapitel 3.1; Rechtsquelle: Punkte 2a und 2d der Anlage zu den Rahmenvorgaben für die Einführung von Leistungspunktsystemen und die Modularisierung von Studiengängen (Beschluss der Kultusministerkonferenz vom 10.10.2003 i. d. F. vom 04. Februar 2010)).
3. Die Hochschule weist nach, dass
 - a. die Allgemeine Studien- und Prüfungsordnung, die Studien- und Prüfungsordnung für den Bachelorstudiengang Management und die Ordnung zur Anerkennung von Studien- und Prüfungsleistungen beschlossen, rechtsgeprüft und genehmigt sind und
 - b. die Studien- und Prüfungsordnung eine angemessene Bearbeitungsdauer der Bachelor-Arbeit für Studierende in Teilzeit festlegt*(siehe Kapitel 3.1; Rechtsquelle: Regeln des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung“ i. d. F. vom 20. Februar 2013 Nr. 2.4 und 2.5).*
4. Die Hochschule weist nach, dass die Inhalte des Curriculums der überarbeiteten Zielsetzung des Studienganges entsprechen
(siehe Kapitel 3.2; Rechtsquelle: Regeln des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung“ i. d. F. vom 20. Februar 2013 Nr. 2.3).

² Lediglich zur Vereinfachung der Lesbarkeit des Gutachterberichtes erfolgt im Folgenden keine geschlechtsneutrale Differenzierung, sondern wird ausschließlich die männliche Form verwendet. Selbstverständlich ist seine Ausrichtung in jedem Fall geschlechtsunabhängig.

Die Erfüllung der Auflagen 1 und 4 ist bis zum 30. September 2014 nachzuweisen. Die Verkürzung der regelmäßig neunmonatigen Auflagenfrist wird damit begründet, dass die umzusetzenden Auflagen bis zur Aufnahme des Studienbetriebes am 1. Oktober 2014 nachgewiesen sein sollen, um insbesondere den Studierenden bis dahin Klarheit über Qualifikationsziele und Inhalte des Studienganges und der einzelnen Module zu geben. Die Erfüllung der Auflagen 2 und 3 ist bis zum 21. Dezember 2014 nachzuweisen.

Informationen zur Institution

Die Macromedia Hochschule für Medien und Kommunikation (MHMK) besteht seit 2006 als staatlich anerkannte Hochschule in Trägerschaft der Macromedia GmbH mit Hauptsitz in München. Ihre Vorgängerin – die Macromedia GmbH, Akademie für Medien – bestand bereits seit 1993 und wurde nach Angaben der Hochschule mit dem Ziel gegründet, fachlich und didaktisch hochwertige Weiterbildungen für Erwachsene im Medienumfeld anzubieten. Bis zum Jahr 2002 wurden durch die Macromedia-Akademie bundesweit ca. 1.000 Teilnehmer pro Kalenderjahr in Fortbildungen und Umschulungen in den Bereichen Desktop Publishing, Mediendesign, Medienprogrammierung, Internet, E-Commerce, E-Learning, Digitaler Videoschnitt, Mediengestaltung Bild/Ton und Mediengestaltung Digital und Print qualifiziert. Seit 1999 bot die Akademie in Kooperation mit der University of Bradford (England) sowie der Hochschule Mittweida Studiengänge an, in denen sie selbst die Studierenden bis zum vierten Semester betreute.

Die MHMK verfügt neben dem Hauptsitz München über weitere Studienstandorte in Berlin, Hamburg, Köln und Stuttgart. Sie bietet derzeit die folgenden acht Studiengänge an:

- Film und Fernsehen (B.A.),
- Journalistik (B.A.),
- Medienmanagement (B.A.),
- Medien- und Kommunikationsdesign (B.A.),
- Medien und Design (M.A.),
- Medien- und Kommunikationsmanagement (M.A.),
- Journalistik (M.A.) und
- Open Media Master (M.A.).

Die Hochschule ist in drei Schools gegliedert, in denen die Studiengänge betreut werden:

- Media School,
- Design & Film School und
- Business School.

Die MHMK versteht sich nach eigenem Bekunden als eine Hochschule, welche die wesentlichen Aspekte der modernen digitalen und analogen Medienproduktion und deren Management unter einem Dach vereint.

Seit 2013 ist die MHMK Teil des internationalen Hochschulnetzwerks „Galileo Global Education“.

Darstellung und Bewertung im Einzelnen

1 Ziele und Strategie

1.1 Logik und Nachvollziehbarkeit der Zielsetzung des Studienganges

Die Hochschule führt in der schriftlichen Dokumentation des Studienganges an, eine breite Qualifizierung der Studierenden für Managementaufgaben anzustreben. Ziel ist demnach die Ausbildung von Generalisten, die aufgrund ihres breiten fachlichen, methodischen und persönlichen Hintergrundes zur Übernahme anspruchsvoller Positionen in Unternehmen und öffentlicher Verwaltung befähigt sind. Sie möchte den Studierenden zudem die Möglichkeit geben, das Kompetenzprofil in einer selbst gewählten Vertiefungsrichtung zu stärken. Darüber hinaus strebt die Hochschule in besonderer Weise an, die Studierenden für eine Tätigkeit im internationalen Umfeld sowie in unternehmerischer Selbstständigkeit zu qualifizieren.

Vor diesem Hintergrund will die Hochschule nach eigener Auskunft im Rahmen des Studienganges gleichermaßen Fach-, Methoden-, Sozial- und Individualkompetenz vermitteln:

- Der Studiengang soll das fachlich-inhaltliche und fachlich-methodische Wissen vermitteln, das die Studierenden dazu befähigt, Managementaufgaben in variablen Kontexten jederzeit souverän zu bewältigen. Sie sollen praxisrelevante Managementprobleme erkennen, Lösungsmöglichkeiten ausarbeiten, kritisch und sachkundig gegeneinander abwägen und gewählte Lösungen zielstrebig in die Praxis umsetzen können. Hierzu benötigen sie nach Überzeugung der Hochschule auch eine fundierte wissenschaftliche Befähigung.
- Der Studiengang soll das notwendige methodische Instrumentarium für Managementtätigkeiten vermitteln. Hierzu gehören nach Auffassung der Hochschule insbesondere wissenschaftliche Methoden, Arbeitstechniken zur professionellen Bearbeitung komplexer Fragestellungen, Vermittlungs- und Präsentationsmethoden, Projektmanagementmethoden, Sprach- und Fremdsprachenkompetenz sowie interkulturelle Kompetenz.
- Die Hochschule will im Rahmen des Studienganges darüber hinaus soziale Kompetenzen wie Teamfähigkeit, Kommunikationskompetenz, Kritik- und Konfliktfähigkeit sowie Führungskompetenz vermitteln.
- Der Befähigung zur Gestaltung des eigenen Entwicklungsprozesses durch die Studierenden dient schließlich die Vermittlung von Individualkompetenzen, insbesondere Organisations- und Planungskompetenz, Eigenverantwortung sowie die Fähigkeit zur ethischen Bewertung von Sachverhalten.

Gerade durch die integrierte Kompetenzvermittlung, Projektarbeit, das Auslandssemester sowie die curriculare Einbindung studentischer Initiativen will die Hochschule die Befähigung ihrer Studierenden zum gesellschaftlichen Engagement stärken und sie in ihrer Persönlichkeitsentwicklung fördern.

Im mündlichen Vortrag führt die Hochschule aus, die Zielsetzung des Studienganges noch stärker im Sinne ihres übergreifenden Hochschulprofils weiterentwickelt zu haben. Demnach strebt sie an, die Studierenden auf komplexe Managementherausforderungen in der „digitalen Gesellschaft“ vorbereiten zu wollen. Die Studieninhalte und Vertiefungsrichtungen sollen daher vor allem aus dieser Perspektive reflektiert werden. Die Hochschule will die Studierenden befähigen, die Bedeutung von Medien und modernen Kommunikationsmitteln und die damit verbundenen heutigen Muster im Kommunikationsverhalten zu erfassen, auf verschiedene typische Tätigkeitsfelder des Managements zu beziehen und zu bewerten sowie in Entscheidungen einzubeziehen. Entsprechend sollen Kenntnisse und Fähigkeiten vermittelt werden, die für das Berufsleben von „Digital Experts“ notwendig sind.

Bewertung:

Die Hochschule hat angegeben, dass die mündlichen Ausführungen zur Zielsetzung des Studienganges als Bewertungsgrundlage dienen sollen. Nach Ansicht der Gutachter umfasst diese die wissenschaftliche Befähigung, eine umfassende Berufsbefähigung, die Persönlichkeitsentwicklung der Studierenden und die Befähigung zum gesellschaftlichen Engagement. Die erworbenen Kompetenzen sind dem Abschlussziel gemäß auf Niveau 1 des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse einzustufen. Die Gutachter weisen allerdings darauf hin, dass eine schriftliche Ausarbeitung der Zielsetzung fehlt. Für eine abschließende Einschätzung benötigen sie ein Konzept, in dem der vorgestellte Grundgedanke ausformuliert ist. Sie empfehlen daher, die Akkreditierung mit der folgenden **Auflage** zu verbinden:

Die Hochschule legt die Zielsetzung des Studienganges in der Form dar, wie sie bei der Durchführung des Studienganges zugrunde gelegt werden soll und bei der Begutachtung mündlich formuliert worden ist

(Rechtsquelle: Regeln des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung“ i. d. F. vom 20. Februar 2013 Nr. 2.1).

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

1.2 Studiengangsprofil (sofern vorgesehen)

Die Hochschule ordnet den Studiengang nicht eindeutig einem bestimmten Studiengangsprofil zu. Das Kriterium ist daher nicht relevant.

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

1.3 Geschlechtergerechtigkeit und Chancengleichheit

Die Hochschule berücksichtigt nach eigenem Bekunden die Belange von Frauen und Männern gleichermaßen. Die Chancengleichheit von Frauen und Männern sowie die gleichmäßige Berücksichtigung ihrer Belange ist auch in der Grundordnung der Hochschule festgeschrieben (§ 4 GO). Darüber hinaus gibt die Hochschule an, auch die Chancengleichheit von behinderten und nichtbehinderten Mitgliedern bzw. Studienbewerbern zu gewährleisten. So schreibt sie in der Studien- und Prüfungsordnung vor, dass in allen Prüfungsverfahren auf die Art und Schwere einer eventuellen Behinderung Rücksicht zu nehmen und ein Nachteilsausgleich, etwa durch Gewährung von Hilfsmitteln, eine längere Bearbeitungszeit oder ein alternatives Prüfungsformat, einzuräumen ist (§ 10 ASPO). Eine entsprechende Regelung gilt auch für das Auswahlverfahren (§ 3 Abs. 5 SPO-Management). Um weiterhin auch einkommensschwächeren Studieninteressierten den Weg an die Hochschule zu ermöglichen, vergibt die MHMK Stipendien speziell an Bewerber aus bildungsfernen Familien.

Bewertung:

Die Hochschule strebt bereits im Zulassungsverfahren an, Frauen und Männern sowie behinderten und nichtbehinderten Studienbewerbern gleiche Chancen zu eröffnen. Auch bei der Durchführung des Studienganges ist sichergestellt, dass das Gebot der Geschlechtergerechtigkeit und der allgemeinen Chancengleichheit stets Beachtung findet. Ein Anspruch auf Nachteilsausgleich für behinderte Studierende ist in allen relevanten Prozessen sichergestellt.

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

2 Zulassung (Zulassungsprozess und -verfahren)

Die MHMK hat die Zulassungsbedingungen und das Auswahlverfahren in der fachspezifischen Studien- und Prüfungsordnung (§ 3 SPO-Management) geregelt. Zugangsvoraussetzung zum Studiengang ist die allgemeine oder fachgebundene Hochschulzugangsberechtigung bzw. eine als gleichwertig anerkannte Vorqualifikation gemäß Bayerischem Hochschulgesetz. Bewerber sollten zudem über ein Verständnis komplexer Sachverhalte sowie ein wirtschaftliches Grundverständnis verfügen. Studieninteressierte bewerben sich für den Studiengang über ein Bewerbungsformular, dem sie als Anlage u. a. einen Lebenslauf und ein Motivationsschreiben beifügen. In diesem beschreiben die Bewerber ihre persönlichen und beruflichen Ziele und Studienmotive. Ferner legen sie Nachweise über die Hochschulzugangsberechtigung, ggf. Bescheinigungen über die Exmatrikulation aus früher absolvierten Studiengängen sowie Unterlagen zu etwaigen Berufsausbildungen, Berufstätigkeit und Praktika vor. Gemäß der gültigen Gesetzeslage geht die Hochschule davon aus, dass Abiturienten über die notwendigen Englischkenntnisse verfügen, um den fremdsprachlichen Anteil des Studiums erfolgreich absolvieren zu können.

Die Auswahl der Studierenden erfolgt nach Angaben der Hochschule bei Überschreiten der vorgehaltenen Kapazitäten über ein hochschuleigenes Auswahlverfahren. Nach Einreichung der Bewerbungsunterlagen werden die Bewerber zu einem schriftlichen Aufnahmetest eingeladen. Ferner findet ein Bewerbergespräch mit der Studienberatung und einem Professor des Studienganges statt. Der Ablauf des Gesprächs ist in einem Interviewleitfaden festgelegt. Die Ergebnisse des Tests wie auch des persönlichen Gesprächs bilden die Grundlage für die Aufnahmeentscheidung in den Studiengang, die von der Studiengangsleitung getroffen wird.

Für die unterschiedlichen Studiengänge bestehen spezialisierte, schriftliche Eignungstests, die die Prüfungsbereiche Kreativität, vernetztes Denken, Wortschatz, Allgemeinbildung, Fachfragen und praktische Übung abdecken. Die Studienberatung lädt Interessenten zu einem Bewerbergespräch ein, um anhand der Klärung von Neigungen und Fähigkeiten die Eignung für den Studiengang feststellen zu können. Sofern der Eignungstest bereits absolviert wurde, sind auch dessen Ergebnisse Gegenstand des Gesprächs. Die Eignungsfeststellung und die Klärung spezieller fachlicher Fragen werden darüber hinaus durch Gespräche mit den Professoren des Faches geleistet.

Hinsichtlich der Transparenz der Zulassungsentscheidung führt die Hochschule aus, dass die Kriterien der Zulassungsentscheidung teilweise quantitativ erfassbar sind (Ergebnisse des Eignungstests in erreichten Punktzahlen), teilweise aber auch qualitativ beurteilt werden (Beurteilung von Eindrücken zur Person des Bewerbers aus dem persönlichen Gespräch, Hinweise zu seiner Motivation etc.). Die gewichtete Beurteilung aller Kriterien führt zur Zulassung

bzw. Ablehnung der Bewerber. Die Entscheidung der Hochschule wird durch Ausgabe des Zulassungsantrages sowie Zusendung der Zulassungsbestätigung oder durch Absage in schriftlicher Form dokumentiert.

Bewertung:

Die Hochschule hat für den Studiengang Zulassungsbedingungen sowie für den Fall einer Kapazitätsüberschreitung ein Auswahlverfahren konzipiert, mit dem nach Auffassung der Gutachter adäquat auf die Eignung der Bewerber für diesen Studiengang geschlossen werden kann. So wird insbesondere sichergestellt, dass die Studierenden über ein Grundverständnis für wirtschaftliche Zusammenhänge verfügen und die notwendigen verbalen und numerischen Grundkompetenzen für den erfolgreichen Abschluss des Studiums mitbringen. Englischkenntnisse benötigen die Studierenden erst im dritten Semester; diese werden durch das Sprachniveau bei Schulabschluss sichergestellt. Das Zulassungsverfahren ist in der Studien- und Prüfungsordnung nachvollziehbar beschrieben und entspricht den einschlägigen nationalen Vorgaben. Allerdings ist die Studien- und Prüfungsordnung derzeit weder von der Hochschule verabschiedet noch genehmigt (siehe dazu Kapitel 3.1). Zulassungsentscheidungen werden transparent getroffen und begründet mitgeteilt.

		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

Die Hochschule gibt an, die Vorgaben des European Credit Transfer and Accumulation Systems (ECTS) vollständig umzusetzen, insbesondere bei der Modularisierung des Studienganges, der Vergabe von Credit Points (CP) sowie der Berechnung des studentischen Arbeitsaufwands. Der Studiengang umfasst 30 Module, die in sieben Semestern zu absolvieren sind und insgesamt 210 CP umfassen. Alternativ können Studierende sich für ein Teilzeitstudium einschreiben; das Curriculum wird in diesem Fall auf vierzehn Semester verteilt. Jedes Modul enthält ein oder zwei Lehrveranstaltungen und umfasst stets nur ein Semester. Die meisten Module haben eine Größe von 5 CP, projektorientierte Module umfassen 10 CP. Alle Module schließen mit studienbegleitenden Prüfungen ab, nur drei Module (Arbeitstechniken, Englisch und Bachelor-Arbeit) sehen dabei Modulteilprüfungen (siehe Kapitel 3.2) vor. Studierende absolvieren in der Regel im sechsten Semester ein Pflichtpraktikum mit einer Gesamtlänge von 20 Wochen. Die Bachelor-Thesis hat einen Umfang von 12 CP und ist über einen Zeitraum von zwölf Wochen und parallel zur Absolvierung des Kolloquiums (3 CP) zu bearbeiten. Für die Teilzeit-Variante ist keine abweichende Bearbeitungsdauer vorgesehen.

Ein CP entspricht 30 Stunden Arbeitszeit. Der durchschnittliche Arbeitsaufwand liegt damit bei 900 Arbeitsstunden pro Semester im Vollzeit-, 450 Arbeitsstunden pro Semester im Teilzeitstudium. Die Modulbeschreibungen enthalten jeweils Angaben über die mit dem Modul verbundene Arbeitsbelastung, die gleichzeitig den zu vergebenden CP entsprechen. In den ersten fünf Semestern besuchen die Studierenden in der Vorlesungszeit Präsenzveranstaltungen im Umfang von durchschnittlich 22 Wochenstunden, in den beiden letzten Semestern ist der Anteil von Lehrveranstaltungen am gesamten Arbeitsaufwand wesentlich geringer (4 bzw. 13 Wochenstunden). Insgesamt macht die Präsenzlehre ungefähr 30 % der Workload aus. Die Studierbarkeit des Studienganges wird nach Angaben der Hochschule auch im Hinblick auf die zeitliche und räumliche Koordination der Lehrveranstaltungen gewährleistet.

Über die Angaben zu Credits und Workload hinaus erhalten die Studierenden in Form der Modulbeschreibungen Informationen zu den Zielen, Inhalten und Methoden des jeweiligen Moduls und der darin enthaltenen Lehrveranstaltungen. Außerdem werden in den Modulbeschreibungen Angaben zu den jeweils vorgesehenen Prüfungsleistungen gemacht. Allerdings sind die Beschreibungen der Lernergebnisse nicht durchgehend outcome-orientiert.

In den ersten beiden Semestern des Studiums steht die Vermittlung grundlegender theoretischer und methodischer Kenntnisse und Managementkompetenzen im Vordergrund. Im zweiten Semester entscheiden sich die Studierenden für eine von acht Vertiefungsrichtungen, wobei auch eine individuelle Zusammenstellung von Vertiefungsmodulen möglich ist. Hierin erbringen sie im zweiten, vierten und fünften Studiensemester insgesamt 30 CP. Das dritte Semester absolvieren die Studierenden an einer ausländischen Partnerhochschule. Der Fokus liegt hierbei auf interkulturellen Inhalten und allgemeinqualifizierenden Kompetenzen in Economics, Business Planning, Methoden und Konzepten der Wirtschaftswissenschaften. Die Hochschule sieht hierfür ein definiertes Curriculum vor, das in ähnlicher Form an allen Partnerhochschulen gelehrt und vollumfänglich anerkannt wird. Teilzeitstudierende, die für ein Auslandsstudium keine Möglichkeit haben, können an den Veranstaltungen des Auslandssemesters in englischer Sprache im Rahmen eines Online-Studiums teilnehmen. Im dritten, vierten und fünften Semester erfolgt die Kompetenzvermittlung auch im Rahmen sog. Lehrprojekte. Hierin erarbeiten die Studierenden, in der Regel in Kooperation mit einem Unternehmen, selbstständig ein Thema anhand eines standardisierten Projektplans. Die Hochschule begleitet die Arbeit der Projektteams durch monatliche Evaluationen der Projektarbeit.

Im sechsten Studiensemester absolvieren die Studierenden ein Praxissemester, in dem sie die erworbenen Kenntnisse praktisch anwenden und vertiefen sollen. Berufstätige Teilzeitstudium haben die Möglichkeit, sich einschlägige Berufserfahrung als Praktikum anrechnen zu lassen. Die Praxisphase wird mit Lehrveranstaltungen flankiert, die insbesondere der Vermittlung von Kommunikationskompetenz dienen und auch per Fernstudium besucht werden können. Darüber hinaus erwerben die Studierenden zusätzliche Kompetenzen durch ein studentisches Initiativprojekt, das parallel zum Praktikum organisiert und durchgeführt werden soll. Das Abschlusssemester dient insbesondere der Anfertigung der Bachelor-Arbeit, die durch ein wissenschaftliches Kolloquium begleitet wird. Daneben besuchen die Studierenden verschiedene Lehrveranstaltungen.

Insgesamt besteht der Studiengang damit aus den folgenden Kompetenzbereichen:

Grundlagen des Managements	30 CP
Methoden und Konzepte der Wirtschaftswissenschaften	30 CP
Spezielle Managementfunktionen	15 CP
Schlüsselqualifikationen	30 CP
Vertiefungsrichtung (Wahlpflichtmodule)	30 CP
Projekte (Lehrprojekte, Initiativprojekt, Projektseminar)	40 CP
Praktikum	20 CP
Bachelor-Arbeit inkl. Kolloquium	15 CP

Der Studienverlauf und die Prüfungsmodalitäten für den Studiengang sind in der Allgemeinen Studien- und Prüfungsordnung (ASPO) sowie der fachspezifischen Studien- und Prüfungsordnung (SPO-Management) dokumentiert. Durch diese Trennung will die Hochschule sicherstellen, dass die meisten Prüfungsmodalitäten für alle ihre Studienangebote einheitlich gelten. Nur die studiengangsspezifischen Eigenheiten werden in der speziellen Prüfungsordnung geregelt. Beide Studien- und Prüfungsordnungen sind einer Rechtsprüfung durch einen sachkundigen Rechtsanwalt unterzogen worden, aus der sich allerdings nicht ergibt, welche Fassung zum Prüfungszeitpunkt vorlag. Die Ordnungen sind in der vorgelegten Form nicht als Beschluss der zuständigen Hochschulgremien ausgewiesen. Das Bayerische Staatsministerium für Wissenschaft, Forschung und Kunst hat zur ASPO (Stand 2011) sein Einvernehmen erteilt, dabei allerdings auf Modifikationsbedarf hingewiesen. Die Hochschule beabsichtigt, auch die SPO-Management dem Ministerium mit der Bitte um Erteilung des Einvernehmens vorzulegen.

Die Anerkennung von Modulen im Falle eines Studiengangwechsels ist in einer gesonderten Ordnung zur Anerkennung von Studienleistungen geregelt. Demnach erfolgt eine Anerkennung von Studienleistungen, wenn keine wesentlichen Unterschiede zur anzurechnenden Leistung vorliegen. Im Falle einer negativen Entscheidung ist die Hochschule begründungspflichtig. Die Anerkennung von Leistungen, die im Rahmen des Auslandssemesters an einer Partnerhochschule erbracht worden, ist durch entsprechende Learning Agreements sichergestellt und erfolgt automatisch. Die Ordnung sieht daneben auch die Anerkennung von außerhochschulisch erbrachten Leistungen im Falle der Gleichwertigkeit vor und enthält ausführliche Regelungen zu deren Anrechnung als Praxissemester. Allerdings ist auch die Anerkennungsordnung nicht als Beschluss der zuständigen Hochschulgremien ausgewiesen.

Bewertung:

Der Studiengang ist nach Ansicht der Gutachter insgesamt stimmig aufgebaut. Die Gewichtung der verschiedenen Kompetenzbereiche dient der Zielsetzung des Studienganges. Insbesondere achtet die Hochschule auf ein angemessenes Verhältnis von Kernfächern, Spezialisierungen und Praxiselementen. Sie bietet bereits ab dem zweiten Semester Wahlmöglichkeiten und damit Gelegenheit zur individuellen Schwerpunktbildung an. Die Gutachter halten den Zeitpunkt der fachlichen Spezialisierung (2. Semester) für früh und merken an, dass möglicherweise nicht alle Studierenden sich im erforderlichen Umfang fachlich und beruflich orientiert haben. Sie empfehlen daher dringend, Möglichkeiten des Schwerpunktwechsels zu verdeutlichen und unter den Studierenden bekannt zu machen.

Die Modulbeschreibungen enthalten insgesamt aussagekräftige Informationen zu den einzelnen Modulen und den darin enthaltenen Lehrveranstaltungen. Allerdings sind die Qualifikationsziele in einigen Modulen (AL-MW1, AL-GM1, AL-SF1, AL-MW3, AL-SQ5 und AL-SI) nicht outcome-orientiert formuliert. Auch fehlen in den Modulbeschreibungen Angaben zur Verwendbarkeit des Moduls im gleichen Studiengang und in anderen Studiengängen. Die Gutachter empfehlen daher, die Akkreditierung mit der folgenden **Auflage** zu verbinden:

Die Hochschule formuliert die Beschreibungen der Module AL-MW1, AL-GM1, AL-SF1, AL-MW3, AL-SQ5 und AL-SI outcome-orientiert und ergänzt bei allen Modulen Angaben zur Verwendbarkeit im gleichen Studiengang und in anderen Studiengängen (Rechtsquelle: Punkte 2a und 2d der Anlage zu den Rahmenvorgaben für die Einführung von Leistungspunktsystemen und die Modularisierung von Studiengängen (Beschluss der Kultusministerkonferenz vom 10.10.2003 i. d. F. vom 04. Februar 2010)).

Die Gutachter empfehlen zudem, auch die übrigen Beschreibungen der angestrebten Lernergebnisse einer kritischen Durchsicht zu unterziehen und die Learning Outcomes deutlicher herauszustellen. Vielfach sind diese zwar in der Beschreibung enthalten, jedoch recht allgemein formuliert (z. B. Module AL-LP2, AL-AT, AL-LP3, AL-PRAX und AL-GM6).

Die Studien- und Prüfungsordnungen setzen die strukturellen Vorgaben weitgehend korrekt um und sehen einen Nachteilsausgleich für behinderte Studierende vor. Einheitliche Modulprüfungen sind im Studiengang die Regel. Die Gutachter sehen allerdings die Notwendigkeit, für die Teilzeit-Variante eine von der üblichen Bearbeitungsdauer der Bachelor-Arbeit von 12 Wochen abweichende Regelung zu treffen. Die Regeln zur Anerkennung entsprechen der Lissabon Konvention und sind plausibel. Da die Studien- und Prüfungsordnung sowie die Anerkennungsordnung allerdings noch nicht von den zuständigen Hochschulgremien beschlossen und im Anschluss einer Rechtsprüfung unterzogen sowie gemäß den einschlägigen gesetzlichen Vorgaben vom Ministerium genehmigt worden sind, empfehlen die Gutachter, die Akkreditierung mit der folgenden **Auflage** zu verbinden:

Die Hochschule weist nach, dass

- die Allgemeine Studien- und Prüfungsordnung, die Studien- und Prüfungsordnung für den Bachelorstudiengang Management und die Ordnung zur Anerkennung von Studien- und Prüfungsleistungen beschlossen, rechtsgeprüft und genehmigt sind und
- die Studien- und Prüfungsordnung eine angemessene Bearbeitungsdauer der Bachelor-Arbeit für Studierende in Teilzeit festlegt

(Rechtsquelle: Regeln des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung“ i. d. F. vom 20. Februar 2013 Nr. 2.4 und 2.5).

Die Gutachter bewerten die Berechnung der studentischen Arbeitsbelastung als plausibel. Die Studierenden haben in den einzelnen Semestern die gleiche Arbeitsbelastung, die nach Einschätzung der Gutachter die Studierbarkeit sicherstellt.

		Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
3.	Konzeption des Studienganges			
3.1	Struktur			
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 System (ECTS)“ und der Vorgaben zur Modularisierung		Auflage	
3.1.3	Studien- und Prüfungsordnung		Auflage	
3.1.4	Studierbarkeit	X		

3.2 Inhalte

Der Studiengang ist nach Angaben der Hochschule inhaltlich so konzipiert, dass die definierten Qualifikationsziele dadurch erreicht werden. Sie gibt an, hierfür die übergeordneten Qualifikationsziele des Studienganges auf die einzelnen Module heruntergebrochen zu haben.

Der Studienplan des Studienganges sieht wie folgt aus:

BUSINESS SCHOOL Management

	1	2	3 Ausland	4	5	6 Praktikum	7
Schlüsselqualifikationen 30 ECTS	SQ1 Arbeitstechniken	SQ2 Englisch	SQ3 Intercultural Communication	MW6 Investition und Finanzierung	GM5 Strategie, Organisation, Führung	SQ5 Kommunikationskompetenz	SQ6 Entrepreneurship
Methoden und Konzepte der Wirtschaftswissenschaft (MW) 30 ECTS	MW1 Managementtheorien	MW3 Markenkonzepte	SQ4 Business Planning	Wahlmodule der Studienrichtungen	GM6 Internationales Management	Studentisches Initiativprojekt	SF3 Information & Kommunikation
Spez. Man.Funktionen (SF) 15 ECTS	MW2 Makroökonomie	SF2 Human Resources	MW4 Microeconomics	Wahlmodule der Studienrichtungen	Wahlmodule der Studienrichtungen		AT Aktuelle Themen
Grundlagen Management (GM) 30 ECTS	SF1 Marketing	GM3 Rechnungswesen 2	MW5 Methodenwahlkurs (nach Verfügbarkeit)	Wahlmodule der Studienrichtungen	Wahlmodule der Studienrichtungen		
Wahlmodule der Studienrichtungen 30 ECTS	GM1 Recht	GM4 Produktion und Logistik					
Projekte 40 ECTS	GM2 Rechnungswesen 1	Wahlmodule der Studienrichtungen	LP 1 Lehrprojekt	LP 2 Lehrprojekt	LP 3 Lehrprojekt		
Praktikum 20 ECTS							
Bachelorarbeit 15 ECTS							Bachelorarbeit
Summe: 210 ECTS	30 ECTS	30 ECTS	30 ECTS	30 ECTS	30 ECTS	30 ECTS	30 ECTS

— Strukturrell festgelegtes, inhaltlich spezifisches Modul
 - - - - - Mit MM geteiltes Modul
 - - - - - Mit anderen Studiengängen optional teilbar
 - - - - - Mit JO und MM geteiltes Modul
 — Von allen Studiengängen geteiltes Modul
 Ohne: MN-spezifisches Modul

Die Hochschule sieht im Kompetenzfeld „Schlüsselqualifikationen“ für alle Studierenden sechs Module zu je 5 CP vor, die auch offen für Studierende anderer Fachrichtungen sind. Die Studierenden lernen hier insbesondere Methoden des wissenschaftlichen Arbeitens kennen, verbessern ihre Englischkenntnisse und Kommunikationsfähigkeiten und werden zudem mit Herausforderungen der Geschäftsplanung und unternehmerischen Selbstständigkeit vertraut gemacht. Module zur Vermittlung von Schlüsselqualifikationen sind im ersten bis dritten sowie im sechsten und siebten Semester vorgesehen. Absolventen sollen hierdurch über ein breites Spektrum an Instrumenten zur Bewältigung typischer beruflicher Herausforderungen verfügen.

Die Hälfte der Module ist der Vermittlung von Fach- und Methodenkenntnissen der Wirtschaftswissenschaften und des Managements gewidmet. Nach Angaben der Hochschule sind alle Module so konzipiert, dass die Studierenden an die wissenschaftlich-methodischen Grundlagen des Faches herangeführt und auf diese Weise befähigt werden, komplexe Fragestellungen des Faches selbstständig zu lösen. Absolventen könnten einschlägige wissenschaftliche Literatur analysieren, abstrahieren und generalisieren und Ergebnisse wissenschaftlicher Forschung in Argumentationen zu verwandten Fragen aufgreifen. Des Weiteren betont die Hochschule, dass die Entwicklung zur „Digital Society“ und die damit zusammenhängenden Herausforderungen Querschnittsthema der im Studiengang behandelten Inhalte ist und sich in allen Modulen widerspiegeln soll.

Im zweiten Semester entscheiden sich die Studierenden zudem für eine der acht spezialisierenden Vertiefungsrichtungen Handel, Innovationsmanagement, Internationales Management, KMU-Management, Servicemanagement, Logistik, Marketingmanagement oder Wirtschaftspsychologie oder für eine individuell gewählte Kombination aus Vertiefungsmodulen.

Das Curriculum sieht zudem drei Lehrprojekte, ein studentisches Initiativprojekt und ein Projektseminar vor. In den Lehrprojekten behandeln Studierende verschiedener Fachrichtungen eine Fragestellung, vielfach in Zusammenarbeit mit einem Unternehmen. Das studentische Initiativprojekt ist vor allem eine Plattform für individuelles Engagement und Interessen, die im Rahmen einer selbst definierten Aufgabe verwirklicht und dokumentiert werden. Die curriculare Verortung im dritten bis sechsten Semester soll sicherstellen, dass die Studierenden bereits über ein solides Fach- und Methodenwissen verfügen. Im Praktikum (6. Semester) sollen die Studierenden darüber hinaus in besonderer Weise die Fähigkeit erwerben, ihre theoretischen Kenntnisse im betrieblichen Kontext anzuwenden.

Im Studiengang werden verschiedene Prüfungsformate vorgesehen, die sich nach Angabe der Hochschule insbesondere nach den jeweils im Modul vermittelten Kompetenzen richten. 13 der 30 Module schließen mit einer Projektarbeit bzw. Hausarbeit, weitere zehn mit einer jeweils 90-minütigen Klausur und zwei mit einer mündlichen Prüfung ab. In drei Modulen sind Teilprüfungen vorgesehen, da in ihnen nach Angabe der Hochschule die Lernergebnisse am besten mit unterschiedlichen Prüfungsformaten ermittelt werden können. In zwei Modulen richtet sich die Prüfungsform nach der gewählten Vertiefungsrichtung. Die Bachelor-Arbeit wird im siebten Semester über einen Zeitraum von zwölf Wochen angefertigt. Mit ihr belegen die Studierenden, dass sie mit den Kriterien des wissenschaftlichen Arbeitens vertraut sind, selbstständig Probleme formulieren und wissenschaftlich bearbeiten und lösen können, hierfür umfassende Literatur- und Materialrecherchen durchführen können und in der Lage sind, auf Grundlage der Ergebnisse einen eigenen Standpunkt zu entwickeln.

Die Hochschule siedelt den Studiengang im Bereich der Wirtschaftswissenschaften an und hat hierfür die Abschlussbezeichnung „Bachelor of Arts“ (B.A.) gewählt. Aufgrund der fachlichen Breite und der umfassenden Thematisierung von Managementbezügen hat die Hochschule die allgemeine Studiengangsbezeichnung „Management“ festgelegt.

Bewertung:

Da die Hochschule die Zielsetzung des Studienganges modifiziert und stärker auf eine Befähigung zum Umgang mit Herausforderungen in der „Digital Society“ ausgerichtet hat, muss nach Ansicht der Gutachter auch das Curriculum eine entsprechende Schwerpunktsetzung erhalten. In den Modulbeschreibungen finden sich explizite Bezüge zu diesem Oberthema bisher kaum. Auch spiegelt die Auswahl der in den Vertiefungsfächern thematisierten Aspekte den Bezug zu Kommunikation und Medien kaum wider. Daher empfehlen die Gutachter, die Akkreditierung mit der folgenden **Auflage** zu verbinden:

Die Hochschule weist nach, dass die Inhalte des Curriculums der überarbeiteten Zielsetzung des Studienganges entsprechen
(Rechtsquelle: Regeln des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung“ i. d. F. vom 20. Februar 2013 Nr. 2.3).

Die Gutachter merken an, dass der Studiengang in den vorgelegten schriftlichen Unterlagen in erster Linie betriebswirtschaftliche Inhalte hat und Bezüge zu Management – und damit Führungstätigkeiten – im Sinne der Studiengangsbezeichnung gestärkt werden sollten. Sie gehen davon aus, dass dies im Rahmen der oben beschriebenen Überarbeitung gelingen wird. Zu den typischen Management-Fächern gehören nach Ansicht der Gutachter etwa Technologie- und Wissensmanagement, Innovations- und Veränderungsmanagement sowie Krisen- und Konfliktmanagement. Auch Soft Skills sind derzeit zwar im Curriculum enthalten, könnten aber insgesamt gestärkt sowie stärker auf typische Anforderungen an zukünftige Manager bezogen werden.

Darüber hinaus regen die Gutachter weitere kleinere Korrekturen im Curriculum an, die auf eine bessere Stimmigkeit der Module abzielen. So passen die Fächer Mikro- und Makroökonomie nicht in das Modul „Methoden und Konzepte der Wirtschaftswissenschaften“, da es sich hierbei nicht um Methoden oder Konzepte handelt. Auch Wirtschaftsmathematik passt nicht als Bestandteil des Moduls „Rechnungswesen“, hier könnte stattdessen Controlling integriert werden. Das Wahlpflichtmodul „Marktforschung und Mediaplanung“ in der Vertiefungsrichtung Marketing scheint den Gutachtern nicht kohärent, außerdem enthält es nach ihrer Überzeugung zu viele Inhalte für den definierten Rahmen von 5 CP. Auch bezüglich dieser kleineren Korrekturen gehen die Gutachter davon aus, dass sie im Rahmen der o. g. Überarbeitung Berücksichtigung finden.

Die Hochschule hat die Vermittlung von Methodenkompetenz im Studienverlauf in mehreren Modulen verankert, insbesondere im Modul „Arbeitstechniken“, im Methodenmodul sowie in der Vorbereitung zur Bachelor-Arbeit. Auch in den Projekten lernen die Studierenden, Daten zu erheben und kleinere wissenschaftliche Arbeiten durchzuführen. Die Gutachter empfehlen jedoch, die angestrebten Kompetenzen im wissenschaftlichen Arbeiten im Curriculum noch klarer herauszuarbeiten und dadurch die kohärente und schrittweise Kompetenzentwicklung über den Studienverlauf transparent zu machen.

Der Studiengang hat einen generalistischen betriebswirtschaftlichen Ansatz und ist damit sinnvoll und treffend benannt. Die Abschlussbezeichnung „Bachelor of Arts“ ist für einen solchen Studiengang international gängig und entspricht der starken Bedeutung qualitativer Forschungsmethoden.

Die zu erbringenden Prüfungsleistungen und die Bachelor-Thesis sind in Form und Inhalt im Allgemeinen auf die angestrebten Lernergebnisse des jeweiligen Moduls abgestimmt. Die vorgesehenen Modulteilprüfungen in den Modulen „Arbeitstechniken“, „Englisch“ und „Bachelor-Arbeit“ halten die Gutachter für plausibel, da die Hochschule hier mit jeweils unterschiedlichen Prüfungsformaten den komplexen Qualifikationszielen am besten gerecht wird. Sie empfehlen jedoch, den Einsatz von Klausuren in stark auf die Vermittlung von Soft Skills bezogenen Modulen zu vermeiden, wenngleich sie verstehen, dass hierdurch die Kohärenz des Prüfungswesens über alle Standorte hinweg gewährleistet werden soll.

		Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
3.	Konzeption des Studienganges			
3.2	Inhalte			
3.2.1	Logik und konzeptionelle Geschlossenheit des Curriculums		Auflage	
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)

Die Hochschule ordnet den Studiengang nicht einem bestimmten Studiengangsprofil zu. Das Kriterium ist daher nicht relevant.

		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 Hochschule richtet ihr Handeln nach eigenem Bekunden an hohen didaktischen Standards und Prinzipien aus. Besonders die Anwendung aktivierender Lehr- und Lernmethoden steht demnach im Vordergrund des didaktischen Konzeptes. Die Hochschule wählt unterschiedliche Veranstaltungsformate zur Vermittlung der angestrebten Lernergebnisse. Vorlesungen dienen der Vermittlung fachwissenschaftlichen Überblickswissens. In Seminaren werden Wissensgebiete unter Beteiligung der Studierenden erarbeitet und präsentiert, während Übungen fachpraktische Kompetenzen vermitteln. Die Lehrprojekte sollen ausdrücklich in die berufspraktische Arbeitsweise einführen und es den Studierenden ermöglichen, die erworbenen Fähigkeiten in komplexen Aufgabenstellungen anzuwenden. In den studentischen Initiativprojekten können die Studierenden darüber hinaus eigene Interessen einbringen und Themen eigenständig bearbeiten. Die Hochschule plant, im Sinne einer anregenden und anwendungsbezogenen Lehre Raum für Plenums- und Gruppendiskussionen, Planspiele, Fallstudien, studentische Präsentationen und Rollenspiele zu geben.

Durch den intensiven Einsatz der Online-Learning-Plattform Moodle können den Studierenden Inhalte parallel zum Präsenzstudium auch online angeboten werden. In einigen Veranstaltungen plant die Hochschule eine Kombination aus Online- und Präsenzangeboten. Dadurch soll es Studierenden ermöglicht werden, Themen aus den Lehrveranstaltungen besser nachzuarbeiten bzw. zu vertiefen. Die Hochschule konzipiert für den Studiengang derzeit umfangreiche begleitende Lehrveranstaltungsmaterialien, die den Studierenden über Moodle online zur Verfügung stehen sollen. Sie kann dabei auf einen großen Bestand an Materialien, insbesondere aus dem verwandten Studiengang Medienmanagement, zurückgreifen.

Bewertung:

Das didaktische Konzept des Studienganges ist überzeugend beschrieben, logisch nachvollziehbar und auf das Qualifikationsziel des Studienganges ausgerichtet. Methodenvielfalt wird dadurch gewährleistet, dass Vorlesungen, Seminare, Übungen und Projektformen als didaktische Formate eingesetzt und sinnvoll miteinander kombiniert werden.

Die Gutachter betrachten die vorgelegten Lehr- und Lernmaterialien aus eng verwandten Studiengängen, die den Studierenden auch online zur Verfügung stehen, als sinnvoll gegliedert, gut aufbereitet und aktuell. Nach ihrer Auffassung bilden diese eine gute Grundlage, für deren Ausbau und Erweiterung die Hochschule qualifizierte Lehrende hat (siehe Kapitel 4.1).

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

3.5 Berufsqualifizierende Kompetenzen

Die Hochschule versteht die Berufsbefähigung der Absolventen als zentrales Qualifikationsziel des Studienganges. Das Curriculum ist daher nach eigenem Bekunden so ausgelegt, dass die Berufsbefähigung sichergestellt ist. Hierbei hat die Hochschule auch auf Befragungen von Absolventen sowie die Erfahrungen von Lehrenden verwandter Studiengänge zurückgegriffen. Die Berufsbefähigung für Managementtätigkeiten kann nach Auffassung der Hochschule nur durch ein breites Qualifikationsprofil erreicht werden, das fachliches Überblickswissen in den managementbezogenen Disziplinen mit Schlüsselkompetenzen verbindet. Die Hochschule setzt auf die projektförmige Vermittlung von Fachinhalten und die Einbindung von Unternehmenspartnern, um alle diese Kompetenzen gleichermaßen zu fördern. Durch das Praxissemester haben die Studierenden zudem die Möglichkeit, in einer abschlussnahen Phase ihres Studiums die realen Anforderungen der Berufswelt kennen zu lernen, Kontakte zu knüpfen und sich beruflich zu orientieren.

Gleichzeitig trägt die Hochschule der Anforderung nach Schwerpunktbildung und erster fachlicher Spezialisierung Rechnung, indem sie verschiedene Vertiefungsrichtungen anbietet. Der Umfang von 30 CP soll dabei sicherstellen, dass eine fundierte Auseinandersetzung mit einer Teildisziplin, nicht jedoch eine verfrühte Überspezialisierung erfolgt.

Bewertung:

Der Studiengang ist geeignet, die Berufsbefähigung der Absolventen für Managementaufgaben herzustellen. Das Curriculum deckt alle Kompetenzen ab, die hierfür notwendig sind, indem fachlich-wissenschaftliche und methodische Grundlagen behandelt und angewendet sowie Managementkompetenzen und Schlüsselkompetenzen vermittelt und erprobt werden. Die Employability wird zudem durch die Praxisorientierung sichergestellt.

		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

Die Hochschule gibt an, dass die Personalplanung in quantitativer und qualitativer Hinsicht gemäß den Bestimmungen des Bayerischen Hochschulgesetzes und des Bayerischen Hochschulpersonalgesetzes erfolgt. Demnach muss der überwiegende Teil der Lehraufgaben von

hauptberuflich Lehrenden wahrgenommen werden. Die Einhaltung der quantitativen Vorgaben sowie die ordnungsgemäße Abdeckung der Lehre werden jährlich durch das zuständige Ministerium überprüft. Alle Hochschullehrer durchlaufen nach dem Berufungsverfahren die Überprüfung durch das Ministerium, das bei Vorliegen aller Qualifikationsvoraussetzungen die Beschäftigungsgenehmigung erteilt. Die Hochschule legt zum Nachweis einer quantitativ adäquaten Ausstattung eine Lehrverflechtungsmatrix vor, die eine Übersicht der Lehrenden mit ihrer jeweiligen Lehrverpflichtung enthält. Demnach steht im ersten Studienjahr eine Lehrkapazität von über 13 Semesterwochenstunden durch hauptamtliches Lehrpersonal zur Verfügung, was bei einer notwendigen Lehrversorgung von 25,5 Semesterwochenstunden einem Anteil von über 50 % entspricht.

Alle hauptberuflich Lehrenden der Hochschule verfügen über ein abgeschlossenes Hochschulstudium, eine besondere Befähigung zu wissenschaftlicher bzw. künstlerischer Arbeit und die pädagogische Eignung für den Hochschullehrerberuf. Sie können darüber hinaus besondere Leistungen bei der Anwendung oder Entwicklung wissenschaftlicher Erkenntnisse und Methoden in einer mindestens fünfjährigen beruflichen Praxis nach Abschluss des Hochschulstudiums nachweisen, von denen mindestens drei Jahre außerhalb des Hochschulbereichs ausgeübt wurden. Alle Lehrbeauftragten der Hochschule verfügen über ein abgeschlossenes Hochschulstudium, die pädagogische Eignung für die Wahrnehmung von Lehraufgaben und eine mindestens dreijährige berufliche Praxis. Die Hochschule bietet allen Lehrenden Möglichkeiten der pädagogisch-didaktischen Weiterqualifizierung.

Die Hochschule gibt an, dass das Lehrpersonal den Studierenden im Rahmen fester Sprechzeiten und/oder nach Vereinbarung zur Verfügung steht. Die Fakultät hat Betreuungsrichtlinien aufgestellt, die als Teil des „MHMK-Handbuchs“ Gültigkeit für alle Lehrenden der Fakultät haben und auch Bestandteil arbeitsvertraglicher Regelungen sind. In den Projekten erfolgt die Betreuung der Studierenden durch wissenschaftliche Mitarbeiter, die direkt dem jeweiligen Studiengangleiter oder Studienrichtungskoordinator zuarbeiten. Sie haben die Aufgabe, eventuelle Probleme der Studierenden direkt mit dem verantwortlichen Lehrpersonal zu besprechen und Lösungen herbeizuführen. Insgesamt sei gerade auch wegen der kleinen Gruppengrößen eine direkte und gute Betreuung gewährleistet.

Bewertung:

Das Lehrpersonal, soweit es bereits für den Einsatz im Studiengang nominiert ist, verfügt nach Ansicht der Gutachter über ein adäquates wissenschaftliches und pädagogisches Qualifikationsniveau sowie die notwendige Praxiserfahrung entsprechend den landesrechtlichen Vorgaben. Der hohe Anteil hauptamtlich tätiger Professoren sowie die vertraglichen Vereinbarungen mit den Lehrbeauftragten gewährleisten darüber hinaus eine kontinuierliche Durchführung des Studienganges. Zwar sind noch nicht alle Lehrenden für den Studiengang abschließend benannt, doch ist durch das an der Hochschule etablierte Berufungs- und Einstellungsverfahren sichergestellt, dass die notwendige wissenschaftliche Qualifikation vorhanden ist. Auch stellt die regelmäßige Kontrolle durch das Bayerische Wissenschaftsministerium sicher, dass die Hochschule zu jedem Zeitpunkt über die gesetzlich vorgesehene Lehrkapazität verfügt.

Die Gutachter begrüßen die intensive Betreuung der Studierenden durch das Lehrpersonal der Hochschule.

		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

Für den Studiengang hat die Hochschule eine Studiengangsleitung eingesetzt. Ihre arbeitsvertraglich festgelegten Aufgaben bestehen in der inhaltlichen Prüfung des Studienganges, der Studienplanung, der Einsatzplanung und dem Briefing des Dozententeams, dem Qualitätsmanagement, dem Prüfungswesen, der campusübergreifenden Koordination von Prozessen, der Vertretung des Studienganges nach außen, der Koordination studiengangsbezogener Forschungsaktivitäten und der Weiterentwicklung des Studienganges.

Unterstützung bei diesen Aufgaben erhält die Studiengangsleitung in Bezug auf spezifische Fragen der Vertiefungsrichtungen von wissenschaftlichen Assistenten, den Studienrichtungs-koordinatoren sowie insgesamt von den Semesterplanern und Studienorganisatoren, dem Studiensekretariat und dem Prüfungsamt. An jedem Standort werden zudem standortbezogene Aufgaben durch stellvertretende Studiengangsleitungen wahrgenommen, die sich z. B. in Fragen der Lehrversorgung eng mit dem Akademischen Direktor abstimmen, der die Standortleitung innehat. Die Lehrveranstaltungs-koordination erfolgt durch jeweils einen verantwortlichen Dozenten für alle Standorte.

Die Mitarbeiter der Studienberatung beraten Bewerber und vertreten die Hochschule auf Messen. Die Abteilung ist untergliedert in ein zentrales Kontaktmanagement-Office und lokale Studienberatungen. Der Student Service Desk vereint die Bereiche Studierendensekretariat, International Office und Prüfungsamt. Damit sind alle operativ die Studierenden betreffenden Aufgaben zusammengefasst, um Interdependenzen zu koordinieren und den Studierenden eine zentrale Anlaufstelle zu bieten. Der Bereich umfasst daneben ein zentrales Back Office, das die Standorte bei schwierigen Fragen berät. Der Bereich Career/Alumni/Praktika unterstützt Studierende bei der Praktikumssuche und bei der Berufsorientierung und sichert den Kontakt der Hochschule zu ihren Absolventen. Die Bibliothek ist Anlaufstelle für alle Recherchefragen der Studierenden und wissenschaftlichen Mitarbeiter. Im Bereich Planung/Controlling werden die Stundenpläne erstellt; außerdem erfolgt hier die Abwicklung der Vertragsbeziehungen mit externen Lehrbeauftragten, die Erstellung von Markt- und Organisationsanalysen und die Konsolidierung erhobener Kennzahlen. Der Bereich IT/Facility/Organisation sorgt für die elektronische und infrastrukturelle Unterstützung aller Tätigkeiten. Die Steuerung aller Bereiche erfolgt an jedem Campus durch einen Operations Manager.

Die Hochschule verfügt in den Campusverwaltungen über Personalkapazitäten im folgenden Umfang (in VZÄ):

Abteilung	Zentrale	Berlin	Hamburg	Köln	München	Stuttgart
Studienberatung	0,5	2,5	3,0	2,6	3,1	3
Manager Operations	–	1	1	1	1	0,3
Student Service Desk	3,5	2,7	2,1	1,3	2	2
Career/Alumni/Praktika	0,5	-	0,5	0,5	0,6	0,8
Bibliothek	0,5	0,5	0,5	0,3	0,5	–
Planung, Controlling	1	0,8	1,25	0,6	0,5	0,5
IT/Facility/Organisation	5	1	1,5	1,4	3,2	0,65

Die Kommunikation zwischen Verwaltungsmitarbeitern, Dozenten und Studierenden zu organisatorischen und prüfungsrelevanten Fragen erfolgt über ein Campus-Management-System. Zusätzlich steht ein Intranetportal zur Verfügung, das Informationen zur Struktur und Organisation der Hochschule bereithält.

Bewertung:

Die Hochschule hat eine funktionsfähige Ablauforganisation und definierte Entscheidungsprozesse und Verantwortlichkeiten. Allerdings haben die Gutachter den Eindruck, dass die Organisationsstrukturen – gerade angesichts relativ kleiner Kohorten – eine hohe Komplexität aufweisen: Es gibt zahlreiche koordinierende Funktionen auf der Ebene von Lehrveranstaltung, Modul, Vertiefungsrichtung und Studiengang sowie teilweise noch nach Standorten differenziert. Nach Ansicht der Gutachter besteht hier das Risiko, dass die beteiligten Akteure keinen umfassenden Überblick über die Entscheidungsbefugnisse und Prozessketten haben. Zudem ist es möglich, dass Positionen auf verschiedenen Ebenen gleichzeitig wahrgenommen werden, so dass eine Person etwa gleichzeitig Lehrveranstaltungsorganisator und Akademischer Direktor ist. Hier besteht nach Auffassung der Gutachter die Gefahr, dass Rollen vermischt und Personen in hierarchischen Zwischenpositionen übergangen werden. Die Gutachter halten klare Entscheidungsprozesse gerade in der Aufbau- und Anfangsphase des Studienganges für hochrelevant, da in dieser Zeit vielfältige Abstimmungen stattfinden. Sie empfehlen, diese Prozesse klar zu dokumentieren, ggf. zu vereinfachen und darauf zu achten, dass es zu keinen hierarchischen Überschneidungen von Verantwortlichkeiten des Lehrpersonals kommt.

Die Verwaltungsunterstützung für Studierende und Lehrende ist nach Wahrnehmung der Gutachter gut, insbesondere das Angebot an Unterstützung an allen Standorten. Die Gutachter gehen davon aus, dass die Hochschule im Rahmen der Erweiterung ihres Angebotes um den Studiengang Management auch ihre Verwaltung personell aufstocken wird.

		Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
4.	Wissenschaftliches Umfeld und Rahmenbedingungen			
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

Die Hochschule ist mit verschiedenen Hochschulen personell verbunden, indem eigene Professoren dort Lehraufträge wahrnehmen und umgekehrt die Hochschule Lehraufträge an Professoren anderer Hochschulen vergibt. Zur Sicherstellung einer ausreichenden Kapazität an

Studienplätzen für das obligatorische Auslandssemester unterhält sie zudem enge Kooperationen mit Hochschulen in Australien, Großbritannien, Irland, Malaysia, Mexiko, Spanien, Südafrika, Südkorea, Thailand, in den USA sowie in den Vereinigten Arabischen Emiraten. Um die Anerkennung der Studienleistungen zu erleichtern, hat sie mit allen diesen Hochschulen Learning Agreements vereinbart.

Die Hochschule pflegt nach eigener Aussage vielfältige und intensive Partnerschaften mit Unternehmen. Traditionell pflegt die Hochschule enge Verbindungen mit Unternehmen der Medienbranche oder mediennaher Bereiche, gewinnt aber zunehmend auch Partner aus anderen Branchen, die sie gerade für den Studiengang Management nutzen möchte. Nach eigenem Bekunden bindet sie Unternehmen zudem bereits bei der Konzeption wie auch bei der Weiterentwicklung von Studiengängen ein.

Bewertung:

Institutionelle Kooperationen mit Hochschulen, Wirtschaftsunternehmen und anderen Organisationen sind nach Wahrnehmung der Gutachter Bestandteil des Lehrkonzepts für den Studiengang. Für das Auslandssemester unterhält sie ein internationales Netzwerk mit ausländischen Hochschulen, das die Versorgung aller ihrer Studierenden mit Studienplätzen sicherstellt. Auch die Kooperationen mit der Wirtschaft führen zu konkreten Ergebnissen, insbesondere in der Zusammenarbeit im Rahmen von Lehrprojekten, bei Praktika sowie in der Lehre, und sollen auch der Abschlussarbeit zugutekommen.

		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 ihren Standorten über die folgende räumliche Ausstattung:

- Campus **Berlin** (Gesamtfläche: 1.141 qm): 11 Unterrichtsräume (je 30 bis 70 qm), Lounge (76 qm), Radiostudio, Bibliothek und Videokonferenzraum, Beratungsräume
- Campus **Hamburg** (Gesamtfläche: 2.380 qm): 15 Unterrichtsräume (je 45 bis 70 qm), 3 Aulen (je 65 qm), 2 Gruppenräume (je 25 qm), Schnitt/Tonstudio, Bibliothek, Eventfläche und Telepräsenzraum
- Campus **Köln** (2 Standorte, Gesamtfläche: 2.625 qm): 15 Unterrichtsräume (je 20 bis 80 qm), Fernsehstudio mit Regieraum, 2 Videoschnitträume, Tonstudio, Design Lab, Bibliothek, Rechnerraum, Besprechungsraum
- Campus **München** (Gesamtfläche: 3.489 qm): 20 Unterrichtsräume (je 75 bis 80 qm), Aula (81 qm), 2 Lounges, Tonstudio und Sprecherraum, Videostudio, Fernsehstudio, Radiostudio, Videokonferenzraum, Surround-Vertonungsraum, Bibliothek, 2 Besprechungsräume
- Campus **Stuttgart** (Gesamtfläche: 2.600 qm): 19 Unterrichtsräume (18 davon je 60 bis 85 qm), Lounge (70 qm), Bibliothek, 5 Beratungsräume (je 17 qm)

An allen Standorten sind die Unterrichtsräume mit Beamer, Leinwand und Whiteboard ausgestattet. Die Hochschule hält zudem eine große Anzahl an Computern vor und ermöglicht den Studierenden Internetzugang über W-LAN. Die Räumlichkeiten sind barrierefrei und können daher auch von behinderten Studierenden benutzt werden.

Die Hochschule sieht vor, dass alle Bände der Pflichtliteratur aller laufenden Studiengänge spätestens zu dem Semester, in dem die entsprechenden Lehrveranstaltungen stattfinden, erworben werden. Zur Vergrößerung des Bibliotheksbestandes stellt die Hochschule ein jährliches Budget von 20.000 EUR zur Verfügung; jeder Campus kann darüber hinaus einschlägige Publikationen im Wert von je 2.000 EUR pro Jahr erwerben. Ein Schwerpunkt bei Literaturanschaffungen liegt dabei auf wirtschaftswissenschaftlichen Publikationen.

Derzeit verfügt die zentrale Bibliothek der Hochschule über ca. 800 fachlich einschlägige Monografien in deutscher und englischer Sprache. Sie ermöglicht zudem den Zugang zur Nutzung von JSTOR-Business-Paketen, Datenbanken wie Statista und verschiedenen Online-Bibliotheken und eröffnet damit den Zugriff auf über 51.700 Fachzeitschriften und über 2.500 E-Books. Zur Unterstützung des Faches Wissenschaftliches Arbeiten besteht eine Zugriffsmöglichkeit auf die Lernstrecke LOTSE. Aufgestellt werden in der Bibliothek außerdem die Bachelor- und Masterarbeiten von Studierenden, sofern diese hierfür freigegeben wurden. Ihren Studierenden bietet die Hochschule Bibliotheksführungen und Nutzerschulungen an. Sie konzipiert darüber hinaus derzeit einen E-Learning-Kurs zur Unterstützung der Literaturrecherche sowie (in Kooperation mit der Hochschule der Medien Stuttgart) ein englischsprachiges Modul „Informationskompetenz für Studierende im Auslandssemester“.

An den einzelnen Standorten verfügt die Hochschule über Standortbibliotheken, die nach Auskunft der Hochschule entsprechend dem jeweiligen Studienangebot kontinuierlich fachspezifisch erweitert werden. Die Ausstattung, Kooperationen und Öffnungszeiten der Bibliotheken sind der folgenden Tabelle zu entnehmen:

	Buchtitel	Bibliothekskooperationen mit	Öffnungszeiten
Berlin	1.099	HU, FU und TU; Hochschule für Wirtschaft und Technik; Staatsbibliothek; Zentral- und Landesbibliothek; Akademie der Bundeswehr für Information und Kommunikation	täglich 9.00 – 16.00
Hamburg	1.439	Helmut-Schmidt-Universität; Hochschule für Angewandte Wissenschaften; Staats- und Universitätsbibliothek Carl von Ossietzky; Hans-Bredow-Institut; Hamburger Bücherhallen	Montag bis Freitag 9.00 – 14.00 oder n. V.
Köln	1.636	FH Köln; Kunsthochschule für Medien; Universitäts- und Stadtbibliothek	Montag bis Freitag 8.00 – 20.00
München	2.205	LMU, TU und Universität der Bundeswehr; Bayerische Staatsbibliothek; Stadtbibliothek München	Montag bis Freitag 8.00 – 16.30 oder n. V.
Stuttgart	1.743	Univ. Stuttgart und Hohenheim; Hochschule der Medien; Hochschule für Technik; Württembergische Landesbibliothek; Stadtbücherei Stuttgart	Montag bis Freitag 9.00 – 13.00 Mo, Di, Do zudem 14.00 – 17.00

Bewertung:

An der Hochschule stehen nach Einschätzung der Gutachter barrierefreie Räume für Lehrveranstaltungen und studentische Kleingruppenarbeit in ausreichendem Umfang zur Verfügung. Dies gilt auch für Arbeitsplätze in der Bibliothek. Die Gutachter gehen davon aus, dass die

Hochschule ihre räumlichen Kapazitäten mit zunehmender Anzahl paralleler Studierendenkohorten erweitern wird. Auch die Bibliotheken genügen den Anforderungen und werden kontinuierlich weiter ausgebaut. Die Präsenzbibliothek in München ist allerdings relativ klein und enthält in Teilen nicht die aktuellsten Auflagen der Standardliteratur. Dafür können die Studierenden an allen Standorten auf die umfangreichen Bestände anderer Bibliotheken zugreifen, mit denen die Hochschule Kooperationsabkommen abgeschlossen hat, und diverse Online-Bibliotheken nutzen. Die Gutachter empfehlen, die Nutzung wissenschaftlicher Literatur im Studium stärker zu fördern und den eigenen Buchbestand um aktuelle Auflagen der Standardliteratur zu ergänzen. Ferner sollte dieser durch Standardliteratur in den neuen Vertiefungsrichtungen erweitert werden, wie dies auch bereits geplant ist.

	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 Finanzierung der Hochschule mit allen angebotenen Studiengängen ist nach eigener Auskunft nachhaltig gesichert und im Rahmen der ministeriellen Zulassung als staatlich anerkannte Hochschule sowie der institutionellen Akkreditierung durch den Wissenschaftsrat auch mehrfach bestätigt worden. Beim zuständigen Wissenschaftsministerium hat die Hochschule zudem eine Bankbürgschaft in siebenstelliger Höhe hinterlegt.

Speziell für den Studiengang legt die Hochschule ein Finanzierungskonzept vor, aus dem sich eine Deckung der laufenden Kosten ab Studienstart sowie eine Amortisierung der Anfangsinvestitionen innerhalb weniger Jahre ergibt. Bei der Kalkulation wurden die Auslandsaufenthalte der Studierenden im dritten Semester, mögliche Studienabbrüche sowie die Vorlaufkosten für Entwicklung und Marketing berücksichtigt. Die Kosteneinflussfaktoren beruhen auf Schätz- und Erfahrungswerten.

Bewertung:

Die Hochschule verfügt über eine plausible Kostenkalkulation und Finanzplanung. Eine finanzielle Grundausrüstung ist vorhanden. Die Finanzierungssicherheit ist für den aktuellen Studienzyklus und gesamten Akkreditierungszeitraum gewährleistet und nachgewiesen, insbesondere durch eine Bürgschaft in ausreichender Größenordnung. Es kann nach der Rechts- und Finanzlage davon ausgegangen werden, dass die Studierenden ihr Studium zu Ende führen können.

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

5 Qualitätssicherung

Das zentrale Organ der Qualitätssicherung von Lehre und Studium an der Hochschule ist die Qualitätskommission. Ihr obliegen die Planung und Durchführung der internen und externen Evaluationen sowie die anschließende Erarbeitung des Selbstberichts in Abstimmung mit den betroffenen Personen. In der Qualitätskommission sind Mitglieder aller Statusgruppen vertreten. Sie berichtet der Hochschulleitung regelmäßig über die Ergebnisse der Qualitätsprüfung und den anschließenden Kommunikationsprozess. Im Einzelnen bestehen Qualitätsprüfungen in Bezug auf den Studiengang aus folgenden Schritten:

- interne und externe Evaluierung des Studienganges (d. h. Studieninhalte, Lehrpersonal, Prüfungspraxis) an allen Standorten;
- Kommentierung und Bewertung der Ergebnisse der Evaluierungen durch den Studiengangsleitungen, das standortspezifische Mitglied der Qualitätskommission und die studentische Vertretung in der Qualitätskommission;
- Erarbeitung eines Gesamtberichts über die Evaluierungsergebnisse durch die Studiengangsleitung, der der Qualitätskommission übergeben wird und in deren Abschlussbericht (über alle Studiengänge der Hochschule) einfließt;
- Klausurtagungen der Hochschulleitung, der Studiengangsleitung und der hauptamtlich im Studiengang Lehrenden zur Besprechung der Ergebnisse und zur Weiterentwicklung des Lehrangebotes;
- Fachschaftstage und Semesterforen zwischen Studiengangsleitung, Lehrenden und Studierenden zur Weiterentwicklung der Studieninhalte.

Studentische Lehrevaluationen finden semesterweise über einen digitalen Fragebogen statt. Auch die Praxissemester werden in die Evaluation einbezogen. Neben Bewertungen der Studieninhalte und des Lehrpersonals werden die Teilnehmer um eine Einschätzung ihres Studienfortschritts sowie um Verbesserungsvorschläge gebeten. Bei der Bewertung der Ergebnisse gilt unterdurchschnittlich evaluierten Lehrveranstaltungen eine besondere Aufmerksamkeit. Darüber hinaus führt die Hochschule, ebenfalls mit digitalen Fragebögen, Erhebungen zum Verbleib und Erfolg ihrer Absolventen durch. Sie sammelt hierdurch Daten zur Art der beruflichen Tätigkeit, zur weiteren Anbindung an die Hochschule und zur rückschauenden Bewertung der Studieninhalte, des Studienverlaufs sowie der Hochschule insgesamt.

Die Hochschulleitung leitet aus den Ergebnissen der Evaluationen Maßnahmen zur Sicherung und Verbesserung der Studien- und Lehrqualität ab, die im Wege von Zielvereinbarungen mit der Fakultät konkretisiert und umgesetzt werden. Der Umsetzungsprozess wird von der Qualitätskommission begleitet. Die Hochschulleitung überprüft die Erfüllung der Zielvereinbarungen. Vor allem bei kontinuierlich unterdurchschnittlichen Evaluationsergebnissen werden Lehrende ersetzt. Insgesamt berichtet die Hochschule von wichtigen Verbesserungen, die durch den beschriebenen Prozess umgesetzt werden konnten, so etwa die Erhöhung der Transparenz aller studienrelevanten Prozesse, die Etablierung eines individuellen Coachings für Lehrende mit unterdurchschnittlichen Evaluationsergebnissen, die Erhöhung der Dienstleistungsqualität sowie die bedarfsgerechte Verbesserung der technischen und räumlichen Ausstattung. Der Abschlussbericht wird auch dem zuständigen Wissenschaftsministerium vorgelegt. Die Studierenden erhalten eine Zusammenfassung.

Zur transparenten Dokumentation des Studienganges veröffentlicht die Hochschule alle relevanten Dokumente (Studien- und Prüfungsordnung samt Anlagen) in ihrem elektronischen Portal und ermöglicht eine Einsichtnahme beim Student Service Desk. Auch die sog. Stoffverteilungspläne, durch die eine einheitliche inhaltliche Gestaltung des Studienganges an allen Standorten sichergestellt werden soll, sind elektronisch für alle Studierenden abrufbar. Prüfungstermine, Beschlüsse des Prüfungsausschusses und der Prüfungskommission werden beim Student Service Desk öffentlich ausgehängt. Bei Fragen und Zweifelsfällen steht in erster

Linie der Student Service Desk bzw. die Studiengangsleitung, daneben auch alle anderen Lehrenden des Studienganges den Studierenden für Auskunft und Beratung zur Verfügung.

Bewertung:

Das Qualitätssicherungssystem der Hochschule berücksichtigt alle relevanten Bereiche und bezieht alle relevanten Gruppen der Hochschule ein. Insbesondere finden regelmäßige Evaluierungen der Lehrveranstaltungen durch die Studierenden nach einem beschriebenen Verfahren statt. Die Ergebnisse werden nicht nur den Lehrenden, sondern auch der Hochschulleitung und den Studierenden mitgeteilt und bilden den Ausgangspunkt für einen klar definierten Prozess der Qualitätsentwicklung, der auch Sanktionen im Falle von Qualitätsdefiziten beinhaltet. Auch die Absolventen werden systematisch nach ihrem Urteil befragt.

Kritisch merken die Gutachter an, dass im Rahmen der Studierendenbefragung zwar Informationen über die Arbeitsbelastung abgerufen werden, diese aber nicht mit der vorgesehenen Workload abgeglichen wird. Obwohl kein Anlass zu der Sorge besteht, dass die vorgesehene Workload überschritten wird, empfehlen die Gutachter, die entsprechende Frage im Katalog zu präzisieren.

Das veröffentlichte Informationsmaterial der Hochschule ist präzise und sachlich richtig und ermöglicht Interessierten, sich vertieft über die Angebote zu informieren. Die Gutachter haben keinen Zweifel, dass die Hochschule auch für den Studiengang Management entsprechendes Material entwickeln wird.

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

Qualitätsprofil

Hochschule: Macromedia Hochschule für Medien und Kommunikation

Standorte: Berlin, Hamburg, Köln, München, Stuttgart

Bachelor-Studiengang: 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		Auflage	
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 Systems (ECTS)“ und der Vorgaben zur Modularisierung		Auflage	
3.1.3	Studien- und Prüfungsordnung		Auflage	
3.1.4	Studierbarkeit	X		
3.2	Inhalte			
3.2.1	Logik und konzeptionelle Geschlossenheit des Curriculums		Auflage	
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

102. Sitzung am 24. März 2017

Projektnummer:	16/085
Hochschule:	Hochschule Macromedia für angewandte Wissenschaften, University of Applied Sciences
Studiengang:	Management (B.A.)

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

Die bestehende Akkreditierung des Studienganges 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 die neuen Studienrichtungen „Fashion Management“ und „Marketing Analytics“ unter einer Auflage erweitert.

Akkreditierungszeitraum: 1. Oktober 2014 bis 31. März 2020

Auflage:

Die Hochschule stellt sicher, dass die Studienrichtungen von qualifiziertem Lehrpersonal an den jeweiligen Standorten durchgeführt werden und weist das anhand der Lebensläufe der ggf. neu angestellten Lehrkräfte und einer Lehrverflechtungsmatrix nach. (Rechtsquelle: Ziff. 2.7 „Ausstattung“ der Regeln des Akkreditierungsrates)

Die Erfüllung der Auflagen ist bis zum 11. August 2017 nachzuweisen.

Das Siegel des Akkreditierungsrates wird vergeben.

Gutachten

Hochschule:

Hochschule Macromedia für angewandte Wissenschaften, University of Applied Sciences

Standorte: München, Hamburg, Köln, Berlin, Stuttgart

Bachelor-Studiengang:

Management

Abschlussgrad:

Bachelor of Arts (B.A.)

Allgemeine Informationen zum Studiengang

Kurzbeschreibung des Studienganges:

Der Studiengang vermittelt eine breite und praxisbezogene Qualifizierung der Studierenden für Managementaufgaben in der „Digital Society“. Studierende sollen in erster Linie für eine Tätigkeit im internationalen Umfeld sowie in unternehmerischer Selbstständigkeit qualifiziert werden und befähigt sein, die Bedeutung der Medien als Mittel der Wertschöpfung und die damit zusammenhängenden Chancen und Risiken zu erkennen und zu nutzen. Neben einer generalistischen Ausbildung haben Studierende die Möglichkeit der Schwerpunktsetzung in einer selbst gewählten Vertiefungsrichtung. Kennzeichen des Studienganges sind zudem intensive Projektarbeit, ein Auslandssemester, ein Praxissemester sowie die curriculare Einbindung studentischer Initiativen.

Zuordnung des Studienganges:

grundständig

Studiendauer:

7 Semester

Studienform:

Vollzeit / Teilzeit

Double/Joint Degree vorgesehen:

nein

Start zum:

Wintersemester

Erstmaliger Start des Studienganges:

Wintersemester 2014/15

Zügigkeit (geplante Anzahl der parallel laufenden Jahrgänge):

ein Zug pro Campus

Umfang der ECTS-Punkte des Studienganges:

210

Stunden (Workload) pro ECTS-Punkt:

30 Stunden

Ablauf des Akkreditierungsverfahrens³

Am 25. August 2013 wurde zwischen der FIBAA und der Hochschule Macromedia für angewandte Wissenschaften, University of Applied Sciences (vormals Macromedia Hochschule für Medien und Kommunikation) ein Vertrag über die Konzeptakkreditierung des Studienganges 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. Der Studiengang Management (B.A.) wurde am 1. Oktober 2014 unter vier Auflagen für den Zeitraum von fünf Jahren bis zum 31. März 2020 akkreditiert.

Am 12. August 2016 wurde zwischen der FIBAA und der Hochschule Macromedia ein weiterer Vertrag über die Ergänzungs-Akkreditierung der Studienrichtungen „Fashion Management“ und „Marketing Analytics“ für diesen Studiengang geschlossen. Am 16. Dezember 2016 übermittelte die Hochschule einen begründeten Antrag, der eine Darstellung der neu einzurichtenden Studienrichtungen 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. em. Hans-Peter Liebmann

Universität Graz

Professor für Marketing und Handelsbetriebslehre

Prof. Dr. Stephan Sonnenburg

Karlsruhochschule International University

Professor für Management & Performance

FIBAA-Projektmanager:

Elisabeth Rauch

Die Ergänzungsakkreditierung fand in Form eines Schriftverfahrens statt.

Das auf dieser Grundlage erstellte Gutachten wurde der Hochschule am 20. Februar 2017 zur Stellungnahme zugesandt. Die Hochschule übermittelte ihre Stellungnahme zum Gutachten am 01. März 2017; die Stellungnahme ist im vorliegenden Gutachten bereits berücksichtigt.

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

Zusammenfassung

Die neuen Studienrichtungen „Fashion Management“ und „Marketing Analytics“ des Studienganges „Management“ entsprechen mit einer Ausnahme den einschlägigen Qualitätsanforderungen. Die bestehende Akkreditierung kann daher von der Foundation for International Business Administration Accreditation (FIBAA) um die neuen Studienrichtungen unter einer Auflage erweitert werden.

Handlungsbedarf sehen die Gutachter bei der adäquaten personellen Durchführung der Studienrichtungen. Die Gutachter sind der Ansicht, dass die aufgezeigten Mängel innerhalb von neun Monaten behebbar sind, weshalb sie eine Akkreditierung unter folgender Auflage empfehlen (vgl. Ziff. 3.1.2 der Regeln des Akkreditierungsrates):

- Auflage:
Die Hochschule stellt sicher, dass die Studienrichtungen von qualifiziertem Lehrpersonal an den jeweiligen Standorten durchgeführt werden und weist das anhand der Lebensläufe der ggf. neu angestellten Lehrkräfte und einer Lehrverflechtungsmatrix nach. (siehe Kapitel 4.1, Rechtsquelle: Ziff. 2.7 „Ausstattung“ der Regeln des Akkreditierungsrates)

Die Erfüllung der Auflage ist bis zum 11. August 2017 nachzuweisen. Die Verkürzung der gemäß Ziff. 3.1.2 der Regeln des Akkreditierungsrates regelmäßig neunmonatigen Auflagenfrist wird damit begründet, dass die umzusetzende Auflage bis zum nächsten Studienstart im Wintersemester 2017/18 nachgewiesen sein soll, um im Sinne der nächsten Studierenden die formalen Mängel zu diesem Zeitpunkt behoben zu haben.

Zur Gesamtbewertung siehe das Qualitätsprofil im Anhang.

Darstellung und Bewertung im Einzelnen

6 Ziele und Strategie

6.1 Logik und Nachvollziehbarkeit der Zielsetzung des Studienganges

Durch die neuen Studienrichtungen hat sich die Zielsetzung des Studienganges nicht geändert. Mit der Einführung der neuen Studienrichtungen verfolgt die Hochschule Ihre allgemeine Zielsetzung, den Studierenden eine vertiefte Qualifizierung in besonders relevanten Subdisziplinen zu ermöglichen.

Bewertung:

Die Ergänzung der beiden Studienrichtungen führt zu keiner Änderung in der allgemeinen Zielsetzung des Studienganges.

Im Übrigen wird auf die Ausführungen in den Hauptberichten verwiesen.

		Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
1.1	Logik und Nachvollziehbarkeit der Zielsetzung des Studiengangskonzeptes	x		

3 Konzeption des Studienganges

3.1 Umsetzung

Die neuen Studienrichtungen sind in der Grundstruktur des Bachelor-Studienganges der Hochschule integriert. Jede Studienrichtung weist einen Umfang von 30 ECTS-Punkten auf und umfasst 6 Module mit 5 ECTS-Punkten.

Die Module der neuen Studienrichtungen sind in dem Modulkatalog „Wahlpflichtmodulkomplexe“ beschrieben.

Die Modulbeschreibungen enthalten Angaben zu folgenden Punkten:

- ECTS,
- Turnus und Dauer,
- Lehrsprache,
- Lerneinheiten und Lernformen,
- Angaben zur Modulprüfung,
- Workload in Stunden (unterteilt in Kontaktstunden und Selbststudium),
- Voraussetzungen für die Teilnahme,
- Verwendbarkeit des Moduls innerhalb des Studienganges und für andere Studiengänge,
- Qualifikationsziele (Learning Outcomes),
- Lehrinhalte,
- Literaturhinweise (Pfichtliteratur und weiterführende Literatur).

Eine amtliche und rechtskräftige Änderungssatzung der Studienprüfungsordnung liegt vor.

Bewertung:

Die ECTS-Elemente (Prinzip der Modularisierung, Credit-Points, relative Notenvergabe nach ECTS und Workload-Vorgaben) sind realisiert. Die Modulbeschreibungen beinhalten insbesondere hinsichtlich des Detaillierungsgrades die Lernziele (Learning Outcomes) und den Kompetenzerwerb. Die Module schließen in der Regel jeweils mit einer modulübergreifenden Prüfung ab.

Im Übrigen wird auf die Ausführungen in den Hauptberichten verwiesen.

	Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
3.1	Umsetzung		
3.1.1	Struktureller Aufbau des Studienganges (Kernfächer / ggf. Spezialisierungen (Wahlpflichtfächer) / weitere Wahlmöglich- lichkeiten / Praxiselemente	x	
3.1.2	Berücksichtigung des „European Credit Transfer and Accumulation Systeme (ECTS)“ und der Modularisierung	x	
3.1.3	Studien- und Prüfungsordnung	x	
3.1.4	Studierbarkeit	x	

3.2 Inhalte

Die neue Studienrichtung „Fashion Management“ beschäftigt sich mit der Entwicklung und Umsetzung integrierter Konzepte im Modebusiness. Die Studierenden erwerben Kenntnisse in den Bereichen Fashion-Technologien, Designrends und E-Commerce.

Die folgenden Module sind Bestandteil der Studienrichtung:

- Fashion-Geschichte und –Theorie
- Fashion Technologien
- Fashion-Trends und –Design
- Fashion-Business und –Wertschöpfung
- Spezielle Themen im Fashion Management
- Retail Experience (bereits akkreditiertes Modul)

Die neue Studienrichtung „Marketing Analytics“ setzt Schwerpunkte in den Bereichen Performance Marketing, Informationsvisualisierung, Big Data und Marketing Automation. Die Studierenden lernen Datensätze zu erstellen, zu interpretieren und so aufzubereiten, dass sie für statistische Analysen zu Verfügung stehen.

Die folgenden Module sind Bestandteil der Studienrichtung:

- Datenverständnis
- Datengetriebenes Marketing
- Informationsvisualisierung
- Spezielle Themen in Marketing Analytics
- Marktforschung und Mediaplanung (bereits akkreditiertes Modul)
- Informationssysteme (bereits akkreditiertes Modul)

Studienablaufplan und Prüfungsregularien im Bachelorstudiengang Management																
Modul/Lerneinheit	1. Semester							2. Semester							Prüfung	empfohlene Lage des Moduls beim Studium in Teilzeit (Semester)*
	SWS				LVS	SSZ	ECTS	SWS				LVS	SSZ	ECTS		
	ges.	V	S	Ü				ges.	V	S	Ü					
BA-MN-AL-MW1 Methoden und Konzepte der Wirtschaftswissenschaften 1: Management-Konzepte und -Theorien	5	4	0	1	75	75	5								Ms-K	1
Management-Konzepte	3	2	0	1	45	45	3									
Management-Theorien	2	2	0	0	30	30	2									
BA-MN-AL-GM1 Grundlagen Management 1: Recht	5	3	0	2	75	75	5								Ms-K	1
Einführung, Handelsrecht, Unternehmensverfassung	3	2	0	1	45	45	3									
Vertragsrecht, Wettbewerbsrecht	2	1	0	1	30	30	2									
BA-MN-AL-SQ1 ¹ Schlüsselqualifikation 1: Wissenschaftliches Arbeiten	2	0	2	0	30	30	2								Ms-PA	1
Wissenschaftliches Arbeiten	2	0	2	0	30	30	2									
BA-MN-AL-SQ2** ² Schlüsselqualifikation 2: Englisch Testvorbereitung	3	0	3	0	45	45	3								Ms-PA	1
Testvorbereitung**	3	0	3	0	45	45	3									
BA-MN-AL-MW2 Methoden und Konzepte der Wirtschaftswissenschaften 2: Makroökonomie	3	2	0	1	45	105	5								Ms-K	3
Makroökonomie	3	2	0	1	45	105	5									
BA-MN-AL-GM2 ³ Grundlagen Management 2: Rechnungswesen 1	5	3	0	2	75	75	5								Ms-K	3
Kosten- und Leistungsrechnung	3	2	0	1	45	45	3									
Wirtschaftsmathematik	2	1	0	1	30	30	2									
BA-MN-AL-SF1 ⁴ Spezielle Management-Funktionen 1: Marketing	4	2	0	2	60	90	5								Ms-PA	3
Marketing	4	2	0	2	60	90	5									

BA-MN-AL-SQ3 ⁵ Schlüsselqualifikation 3: Projektmanagement									2	0	2	0	30	60	3	Ms-K	2
Projektmanagement									2	0	2	0	30	60	3		
BA-MN-AL-SQ4 ⁶ Schlüsselqualifikation 4: Business-Englisch									2	0	2	0	30	30	2	Ms-K	2
Business-Englisch									2	0	2	0	30	30	2		
BA-MN-AL-GM3 Grundlagen Management 3: Rechnungswesen 2									4	1	2	1	60	90	5	Ms-K	2
Buchhaltung, GuV und Bilanz									2	1	0	1	30	60	3		
Controlling und Business Intelligence									2	0	2	0	30	30	2		
BA-MN-AL-GM4 Grundlagen Management 4: Produktion und Logistik									4	2	0	2	60	90	5	Ms-K	4
Einführung in Produktion und Logistik									2	1	0	1	30	30	2		
Wertschöpfungsprozesse									2	1	0	1	30	60	3		
BA-MN-AL-SF2 Spezielle Management-Funktionen 2: Human Resources									4	3	0	1	60	90	5	Ms-K	4
Personalwirtschaft									2	2	0	0	30	30	2		
Personalführung									2	1	0	1	30	60	3		
BA-MN-AL-MW3 ⁷ Methoden und Konzepte der Wirtschaftswissenschaften 3: Markenkonzepte									4	2	2	0	60	90	5	Ms-PA	4
Marktorientierte Unternehmensführung									2	2	0	0	30	60	3		
Markenpsychologie									2	0	2	0	30	30	2		
Wahlpflichtmodulkomplexe (1 aus 8) *									4				60	90	5		2
Handel *									4	2	2	0	60	90	5		
Innovationsmanagement									4	2	0	2	60	90	5		
Internationales Management *** *									4	2	2	0	60	90	5		
Mittelstandsmanagement									4	2	2	0	60	90	5		
Logistik									4	2	2	0	60	90	5		
Marketingmanagement *									4	3	0	1	60	90	5		
Servicemanagement									4	2	2	0	60	90	5		
Wirtschaftspsychologie									4	2	2	0	60	90	5		
Fashion Management									4	2	2	0	60	90	5		
Marketing Analytics									4	2	2	0	60	90	5		
Gesamt	27	14	5	8	405	495	30	24					360	540	30		

Studienablaufplan und Prüfungsregularien im Bachelorstudiengang Management																							
Modul/Lerneinheit	3. Semester (Pflichtauslandssemester)*							4. Semester*							Prüfung	empfohlene Lage des Moduls beim Studium in Teilzeit (Semester)*							
	SWS				LVS	SSZ	ECTS	SWS				LVS	SSZ	ECTS									
	ges.	V	S	Ü				ges.	V	S	Ü												
BA-MN-AL-SQ5 ¹ Schlüsselqualifikation 5: Intercultural Communication	4	2	0	2	60	90	5								Ms-PA	5							
Intercultural Communication	4	2	0	2	60	90	5																
BA-MN-AL-SQ6 ² Schlüsselqualifikation 6: Business Planning	4	3	0	1	60	90	5																
Business Planning	4	3	0	1	60	90	5																
BA-MN-AL-MW4 Methoden und Konzepte der Wirtschaftswissenschaften 4: Microeconomics	4	2	0	2	60	90	5																
Microeconomics	4	2	0	2	60	90	5																
BA-MN-AL-MW5 Methoden und Konzepte der Wirtschaftswissenschaften 5: Method / Statistics Orientated Elective Course	4	2	0	2	60	90	5																
Method / Statistics Orientated Elective Course (subject to availability at destination)	4	2	0	2	60	90	5																
BA-MN-AL-LP1 Lehrprojekt 1	4	0	4	0	60	240	10								Ms-PA	7							
BA-MN-AL-MW6 Methoden und Konzepte der Wirtschaftswissenschaften 6: Investition und Finanzierung															4	2	0	2	60	90	5	Ms-K	8
Investitionsrechnung															2	1	0	1	30	30	2		
Finanzierung und Unternehmensbewertung															2	1	0	1	30	60	3		
BA-MN-AL-LP2 Lehrprojekt 2															6	0	6	0	90	210	10	Ms-PA	8
Wahlpflichtmodulkomplexe (1 aus 8) *															11				165	285	15		6
Handel*															11	4	7	0	165	285	15		
Innovationsmanagement															11	4	5	2	165	285	15		
Internationales Management *** *															11	4	7	0	165	285	15		
Mittelstandsmanagement															11	4	5	2	165	285	15		
Logistik															11	4	5	2	165	285	15		
Marketingmanagement*															12	2	10	0	180	270	15		
Servicemanagement															11	4	7	0	165	285	15		
Wirtschaftspsychologie															12	6	6	0	180	270	15		
Fashion Management																							
Marketing Analytics												0	0										
Gesamt	20	9	4	7	300	600	30	21				315	585	30									
SWS = Semesterwochenstunden, LVS = Lehrveranstaltungsstunden, SSZ = Selbststudienzeit V = Vorlesung, S = Seminar, Ü = Übung, ges. = gesamt M = Modulprüfung, T = Moduletteilprüfung, s = schriftlich, m = mündlich, PA = Projektarbeit, K = Klausur (Dauer: 90 Minuten) * Module/Veranstaltungen können in anderen Semestern angeboten werden, ** in einer englischsprachigen Studienvariante wird an dieser Stelle der Kurs 'Language Proficiency' gelehrt, *** generisches Angebot, * auch auf Englisch, * SWS können abweichen																							
¹ – BA-FF-AL-SQ5, BA-JO-AL-SQ5, BA-MKD-AL-SQ5 und BA-MM-AL-SQ5, ² – BA-FF-AL-SQ6, BA-JO-AL-SQ6, BA-MKD-AL-SQ6 und BA-MM-AL-SQ6																							

Studienablaufplan und Prüfungsregularien im Bachelorstudiengang Management																
Modul/Lerneinheit	5. Semester							6. Semester*							Prüfung	empfohlene Lage des Moduls beim Studium in Teilzeit (Semester)*
	SWS				LVS	SSZ	ECTS	SWS				LVS	SSZ	ECTS		
	ges.	V	S	Ü				ges.	V	S	Ü					
BA-MN-AL-AT Aktuelle Themen im Management	2	0	2	0	30	120	5								Ms-PA	9
Aktuelle Themen im Management	2	0	2	0	30	120	5									
BA-MN-AL-GM5 Grundlagen Management 5: Internationales Management	3	2	0	1	45	105	5								Ms-K	11
Internationales Management	3	2	0	1	45	105	5									
BA-MN-AL-LP3 Lehrprojekt 3 (anwendungsorientiert)	6	0	6	0	90	210	10								Ms-PA	9
Wahlpflichtmodulkomplexe (1 aus B) **	7				105	195	10									11
Handel*	7	2	5	0	105	195	10									
Innovationsmanagement	7	2	5	0	105	195	10									
Internationales Management *** +	7	2	5	0	105	195	10									
Mittelstandsmanagement	7	1	5	1	105	195	10									
Logistik	7	2	5	0	105	195	10									
Marketingmanagement*	7	0	7	0	105	195	10									
Servicemanagement	7	2	5	0	105	195	10									
Wirtschaftspsychologie	7	2	5	0	105	195	10									
Fashion Management																
Marketing Analytics						0										
BA-MM-AL-PRAX Praxismodul								0	0	0	0	0	600	20		12
Praxis im Unternehmen Minimum: 20 Wochen								0	0	0	0	0	600	20		
BA-MN-AL-SQ7 ¹ Schlüsselqualifikation 7: Kommunikationskompetenzen								3	0	3	0	45	105	5	Mm	10
Kommunikationskompetenzen								3	0	3	0	45	105	5		
BA-MN-AL-SI Studentisches Initiativprojekt								1	0	1	0	15	135	5	Ms-PA	10
Studentisches Initiativprojekt								1	0	1	0	15	135	5		
Gesamt	18				270	630	30	4	0	4	0	60	840	30		

Studienablaufplan und Prüfungsregularien im Bachelorstudiengang Management										
Modul/Lerneinheit	7. Semester							Prüfung	empfohlene Lage des Moduls beim Studium in Teilzeit (Semester)*	
	SWS				LVS	SSZ	ECTS			
	ges.	V	S	Ü						
BA-MN-AL-BSEM Bachelorseminar	2	0	2	0	30	420	15		14	
Kolloquium	2	0	2	0	30	60	3	Tm		
Bachelorarbeit	0	0	0	0	0	360	12	Ts-PA		
BA-MN-AL-SQB ¹ Schlüsselqualifikation 8: Entrepreneurship	3	2	0	1	45	105	5	Mm	13	
Entrepreneurship	3	2	0	1	45	105	5			
BA-MN-AL-SF3 Spezielle Management-Funktionen 3: Information und Kommunikation	4	1	2	1	60	90	5	Ms-PA	13	
Grundlagen Informationsmanagement	2	1	0	1	30	60	3			
Spezielle Systeme im Unternehmen	2	0	2	0	30	30	2			
BA-MN-AL-GM6 ² Grundlagen Management 6: Strategie, Organisation, Führung	4	4	0	0	60	90	5	Ms-K	13	
Strategie und Organisation	2	2	0	0	30	60	3			
Unternehmensführung und Motivation	2	2	0	0	30	30	2			
Gesamt	13	7	4	2	195	705	30			
<i>SWS = Semesterwochenstunden, LVS = Lehrveranstaltungsstunden, SSZ = Selbststudienzeit V = Vorlesung, S = Seminar, Ü = Übung, ges. = gesamt M = Modulprüfung, T = Modulteilprüfung, s = schriftlich, m = mündlich, PA = Projektarbeit, K = Klausur (Dauer: 90 Minuten)</i>										
¹ =BA-FF-AL-SQB, BA-JO-AL-SQB, BA-MKD-AL-SQB und BA-MM-AL-SQB, ² =BA-MM-AL-MA5										

Studienablaufplan und Prüfungsregularien im Bachelorstudiengang Management																						
Modul/Lerneinheit	2. Semester [#]							4. Semester ^{**}							5. Semester ^{***}							Prüfung
Wahlpflichtmodulkomplex Fashion Management	SWS				LVS	SSZ	ECTS	SWS				LVS	SSZ	ECTS	SWS				LVS	SSZ	ECTS	
	ges.	V	S	Ü				ges.	V	S	Ü				ges.	V	S	Ü				
BA-MN-FM-FM1 Fashion-Geschichte und -Theorie	4	2	2	0	60	90	5															Ms-K
Fashion-Geschichte und -Theorie	4	2	2	0	60	90	5															
BA-MN-FM-FM2 Fashion Technologien								4	2	2	0	60	90	5								Ms-K
Fashion Technologien								4	2	2	0	60	90	5								
BA-MN-FM-FM3 ¹ Retail Experience								4	2	2	0	60	90	5								Ms-PA
Retail Experience								4	2	2	0	60	90	5								
BA-MN-FM-FM4 Fashion-Trends und -Design								4	0	4	0	60	90	5								Ms-PA
Fashion-Trends und -Design								4	0	4	0	60	90	5								
BA-MN-FM-FM5 Fashion-Business und -Wertschöpfung															4	2	2	0	60	90	5	Ms-PA
Fashion-Business und -Wertschöpfung															4	2	2	0	60	90	5	
BA-MN-FM-FM6 Spezielle Themen im Fashion Management															3	0	3	0	45	105	5	Ms-PA
Spezielle Themen im Fashion Management															3	0	3	0	45	105	5	
Gesamt	4	2	2	0	60	90	5	12	4	8	0	180	270	15	7	2	5	0	105	195	10	
SWS – Semesterwochenstunden, LVS – Lehrveranstaltungsstunden, SSZ – Selbststudienzeit V – Vorlesung, S – Seminar, Ü – Übung, ges. – gesamt M – Modulprüfung, T – Moduleilprüfung, s – schriftlich, m – mündlich, PA – Projektarbeit, K – Klausur (Dauer: 90 Minuten)																						
1–BA-MN-HL-HL3																						
# –empfohlene Lage beim Studium in Teilzeit: 2. Semester ** –empfohlene Lage beim Studium in Teilzeit: 6. Semester *** –empfohlene Lage beim Studium in Teilzeit: 11. Semester																						

Studienablaufplan und Prüfungsregularien im Bachelorstudiengang Management																							
Modul/Lerneinheit	2. Semester [#]							4. Semester ^{##}							5. Semester ^{###}							Prüfung	
Wahlpflichtmodulkomplex Marketing Analytics	SWS				LVS	SSZ	ECTS	SWS				LVS	SSZ	ECTS	SWS				LVS	SSZ	ECTS		
	ges.	V	S	Ü				ges.	V	S	Ü				ges.	V	S	Ü					
BA-MN-MAL-MAL1 Datenverständnis	4	2	2	0	60	90	5															Ms-K	
Datenverständnis	4	2	2	0	60	90	5																
BA-MN-MAL-MAL2 ¹ Marktforschung und Mediaplanung								4	2	2	0	60	90	5									Ms-PA
Marktforschung								2	2	0	0	30	30	2									
Mediaplanung								2	0	2	0	30	60	3									
BA-MN-MAL-MAL3 Datengetriebenes Marketing								3	0	3	0	45	105	5									Ms-K
Datengetriebenes Marketing								3	0	3	0	45	105	5									
BA-MN-MAL-MAL4 Informationsvisualisierung	4	2	2	0	60	90	5	Ms-PA															
Informationsvisualisierung	4	2	2	0	60	90	5																
BA-MN-MAL-MAL5 ² Informationssysteme															4	2	2	0	60	90	5		Ms-PA
Channel Management															2	2	0	0	30	30	2		
Informationssysteme															2	0	2	0	30	60	3		
BA-MN-SM-SM6 Spezielle Themen in Marketing Analytics															3	0	3	0	45	105	5	Ms-PA	
Spezielle Themen in Marketing Analytics															3	0	3	0	45	105	5		
Gesamt	4	2	2	0	60	90	5	11	4	7	0	165	285	15	7	2	5	0	105	195	10		
SWS – Semesterwochenstunden, LVS – Lehrveranstaltungsstunden, SSZ – Selbststudienzeit V – Vorlesung, S – Seminar, Ü – Übung, ges. – gesamt M – Modulprüfung, T – Modulteilprüfung, s – schriftlich, m – mündlich, PA – Projektarbeit, K – Klausur (Dauer: 90 Minuten)																							
¹ –BA-MN-MT-MT2, BA-MM-MW-MW2, ² –BA-MN-LO-LO5 und BA-MN-HL-HL5																							
[#] –empfohlene Lage beim Studium in Teilzeit: 2. Semester ^{##} –empfohlene Lage beim Studium in Teilzeit: 6. Semester ^{###} –empfohlene Lage beim Studium in Teilzeit: 11. Semester																							

Bewertung:

Das Curriculum trägt den Zielen des Studienganges angemessen Rechnung. Die Module sind inhaltlich ausgewogen angelegt und in der Reihenfolge und Anordnung sinnvoll miteinander verknüpft. Sie sind auf die Qualifikations- und Kompetenzentwicklung ausgerichtet. Die Learning Outcomes entsprechen den jeweils im Qualifikationsrahmen für deutsche Hochschulabschlüsse vorgesehenen Kompetenzen und Fähigkeiten.

In der Studienrichtung „**Fashion Management**“ ist die aufeinander aufbauende Struktur der Lerninhalte sinnvoll festgelegt, weswegen die Lerndramaturgie gut erkennbar ist. Lediglich in dem Modul „Fashion Technologie“ sollte nach Ansicht der Gutachter die vorgegebene Lehrform hinsichtlich der Inhalte und der daraus resultierenden Lernziele, überdacht werden. In diesem Zusammenhang erscheint eine Übung als Lehrform sinnvoller. Exkursionen zu Unternehmen stellen ebenfalls eine gute Möglichkeit dar, um den notwendigen Praxisbezug herzustellen. Die Gutachter empfehlen daher, das Modul „Fashion Technologie“ praktischer zu gestalten, damit die Studierenden Materialien und Technologien nicht nur in der Theorie kennenlernen.

Im Übrigen wird auf die Ausführungen in den Hauptberichten verwiesen.

	Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
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	

4 Wissenschaftliches Umfeld und Rahmenbedingungen

4.1 Lehrpersonal des Studienganges

Das für die neuen Spezialisierungen eingesetzte Lehrpersonal genügt in wissenschaftlicher und pädagogischer Hinsicht sowie bezüglich der Praxiserfahrung den Anforderungen, so die Hochschule Macromedia. Grundsätzlich erfolgt die Einstellung von Lehrpersonal an der Hochschule nach den Vorgaben des Bayerischen Hochschulpersonalgesetzes (BayHSchPG). Dadurch ist auch gewährleistet, dass der überwiegende Teil der Lehraufgaben von hauptberuflich Lehrenden wahrgenommen wird.

Weitere Informationen sind dem Hauptbericht zu entnehmen.

Bewertung:

Fashion Management:

Die Gutachter haben erhebliche Zweifel daran, dass die Qualifikation des angegebenen Lehrpersonals an den Standorten München und Stuttgart ausreichend für die Anforderungen der Vertiefungsrichtung „Fashion Management“ ist. Für die drei weiteren Standorte sind noch keine weiteren Lehrkräfte benannt, die diese Vertiefung durchführen sollen, weswegen sich die Gutachter kein Bild über die Qualifizierung machen konnten. Aus diesem Grund empfehlen sie folgende **Auflage**:

Die Hochschule stellt sicher, dass die Studienrichtungen von qualifiziertem Lehrpersonal an den jeweiligen Standorten durchgeführt werden und weist das anhand der Lebensläufe der ggf. neu angestellten Lehrkräfte und einer Lehrverflechtungsmatrix nach. (Rechtsquelle: Ziff. 2.7 „Ausstattung“ der Regeln des Akkreditierungsrates)

Marketing Analytics:

Die Gutachter konnten sich von der fachlichen Qualifizierung des vorhandenen Lehrpersonals überzeugen. Lediglich für den Standort Köln war noch keine Person benannt, weswegen sie sich dort kein Bild über die Qualifizierung machen konnten. Aus diesem Grund empfehlen sie die folgende **Auflage**:

Die Hochschule stellt sicher, dass die Studienrichtungen von qualifiziertem Lehrpersonal an den jeweiligen Standorten durchgeführt werden und weist das anhand der Lebensläufe der ggf. neu angestellten Lehrkräfte und einer Lehrverflechtungsmatrix nach. (Rechtsquelle: Ziff. 2.7 „Ausstattung“ der Regeln des Akkreditierungsrates)

	Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
4.1 Lehrpersonal des Studienganges			
4.1.1 Struktur und Anzahl des Lehrpersonals in Bezug auf die curricularen Anforderungen		Auflage	
4.1.2 Betreuung der Studierenden durch das Lehrpersonal	x		