

# Beschluss der FIBAA-Akkreditierungskommission für Programme

**87. Sitzung am 11./12. Juli 2013**

**Projektnummer: 12/097**

**Hochschule: International University Bad Honnef (IUBH), Standort Bad Honnef**

**Studiengang: Online Marketing (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 23. Februar 2012 mit einer Auflage für fünf Jahre akkreditiert.

Akkreditierungszeitraum: Wintersemester 2013/14 bis Ende Sommersemester 2018

**Auflage:**

Bis zum Studienstart ist der Nachweis einer von den zuständigen Hochschulgremien verabschiedeten Studien- und Prüfungsordnung zu erbringen

(Rechtsquelle: Kriterium 2.3 „Studiengangskonzept“ i.V.m. Kriterium 2.5 „Prüfungssystem“ der Regeln des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung i.d.F. vom 23. Februar 2012).

**Die Auflage ist erfüllt.**

**Die FIBAA-Akkreditierungskommission für Programme am 28./29. November 2013**

Die Verkürzung der regelmäßig vorgesehenen Frist von 9 Monaten begründet sich insoweit, als dass die umzusetzende Auflage möglichst zeitnah und vor dem Studienstart nachgewiesen sein soll, um im Sinne der Studierenden den formalen Mangel zu diesem Zeitpunkt behoben zu haben.

Das Siegel des Akkreditierungsrates wird vergeben.

## Gutachterbericht

---

---

**Hochschule:**

Internationale Hochschule Bad Honnef (IUBH),  
Standort Bad Honnef

---

**Bachelor-Studiengang:**

Online Marketing

---

**Abschlussgrad:**

Bachelor of Arts (B.A.)

---

**Kurzbeschreibung des Studienganges:**

Ziel des sechssemestrigen Vollzeit-Studienganges Online Marketing ist die Ausbildung von angehenden Managern und Führungskräften für die digitale Wirtschaft. Neben der fachlichen Ausbildung legt die IUBH Wert auf die Entwicklung von wissenschaftlichen, internationalen/interkulturellen und überfachlichen Qualifikationen. Das Bachelor-Studium umfasse eine wissenschaftliche, aber auch praktisch orientierte Ausbildung in allen Bereichen der Betriebswirtschaft. Darüber hinaus werden Schlüsselqualifikationen und Kompetenzen im Kommunikations-, im Recherche- und im Informationsbearbeitungsbereich vermittelt. Um den Anspruch einer internationalen Managementausbildung weiter zu unterstreichen, finden die Lehrveranstaltungen vollständig in englischer Sprache statt.

---

**Datum des Vertragsschlusses:**

12. November 2012

---

**Datum der Einreichung der Unterlagen:**

28. Februar 2013

---

**Datum der Begutachtung vor Ort (BvO):**

16./17. April 2013

---

**Akkreditierungsart:**

Konzept-Akkreditierung

---

**Akkreditiert im Cluster 1 mit:****Cluster 1:**

- International Aviation Management (B.A.)
- Aviation Management (B.A.)
- International Online Marketing (B.A.)
- Wirtschaftsinformatik (B.Sc.)

**Cluster 2 (Ergänzung um Spezialisierungen):**

- Betriebswirtschaftslehre (B.A.)
- General Management (M.A.)
- Business Administration (MBA)

---

**Zuordnung des Studienganges:**

grundständig

---

**Studiendauer (Vollzeitäquivalent):**

6 Semester

---

**Studienform:**

Vollzeit

---

**Dual/Joint Degree vorgesehen:**

nein

---

**Erstmaliger Start des Studienganges:**

Wintersemester 2013/14

---

**Aufnahmekapazität:**

20 (zum Wintersemester 2013/14)

---

**Start zum:**

sowohl zum Wintersemester als auch zum Sommersemester

---

**Zügigkeit (geplante Anzahl der parallel laufenden Jahrgänge):**

1

---

**Studienanfängerzahl:**

20 (im Wintersemester 2013/14)

---

**Umfang der ECTS-Punkte des Studienganges:**

180

---

**Stunden (Workload) pro ECTS-Punkt:**

30

---

**Datum der Sitzung der FIBAA-Akkreditierungskommission:**

11./12. Juli 2013

---

**Beschluss:**

Gutachterempfehlung: 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 23. Februar 2012 mit einer Auflage für fünf Jahre akkreditiert.

---

**Akkreditierungszeitraum:**

Wintersemester 2013/14 bis Ende Sommersemester 2018

---

**Auflage:**

Bis zum Studienstart ist der Nachweis einer von den zuständigen Hochschulgremien verabschiedeten Studien- und Prüfungsordnung zu erbringen (Rechtsquelle: Kriterium 2.3 „Studiengangskonzept“ i.V.m. Kriterium 2.5 „Prüfungssystem“ der Regeln des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung i.d.F. vom 23. Februar 2012).

Die Erfüllung der Auflage ist bis zum 31. August 2013 nachzuweisen.

---

**Betreuerin:**

Sabine Noe, M.A.

---

**Gutachter:**

**Prof. Dr. Ulrich Hoffmann**

Leuphana Universität Lüneburg  
Institut für Wissens- und Informationsmanagement  
(Systemprogrammierung, Theoretische & Wirtschaftsinformatik)

**Prof. Dr. Ing. Torsten Busacker**

Hochschule München  
Fakultät für Tourismus  
(Verkehrsträgermanagement, Airline-Management, Eisenbahnbetrieb, Verkehrsplanung)

**Prof. Dr. med. Oliver Rentzsch**

Fachhochschule Lübeck  
Dekan und Professor für Betriebswirtschaftslehre  
(Betriebswirtschaft, Management im Gesundheitswesen, Marketing)

**Prof. Dr. Ing. Fritz Schmoll gen. Eisenwerth**

Hochschule für Wirtschaft und Recht Berlin  
Professor im Fachbereich Duales Studium  
(Immobilienmanagement, Stadtumbau)

**Dr. Hans-Joachim Müller**

TU Kaiserslautern  
Berufs- und Erwachsenenpädagogik  
Fernstudienexperte

**Wolfgang Hähner**

Wolfgang Hähner Unternehmensberatung, Sankt Augustin  
(Personalwirtschaft, Finanzen, Controlling, Marketing)

**Alexander Zand**

Universität Heidelberg  
Studierender der Informatik und Mathematik (Staatsexamen)

# Zusammenfassung<sup>1</sup>

Bei der Bewertung wurden die Selbstdokumentation, die Ergebnisse der Begutachtung vor Ort und die Stellungnahme der Hochschule vom 24. Juni 2013 berücksichtigt.

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

Der Bachelor-Studiengang Online Marketing (B.A.) der Internationalen Hochschule Bad Honnef erfüllt die Qualitätsanforderungen für Bachelor-Studiengänge und kann von der Foundation for International Business Administration Accreditation (FIBAA) im Auftrag der Stiftung zur Akkreditierung von Studiengängen in Deutschland akkreditiert werden.

Der Studiengang entspricht ausnahmslos den Strukturvorgaben der Kultusministerkonferenz (KMK), mit zwei Ausnahmen den Anforderungen des Akkreditierungsrates sowie ausnahmslos den Anforderungen des nationalen Qualifikationsrahmens in der zum Zeitpunkt der Verfahrenseröffnung geltenden Fassung. Er ist modular gegliedert, mit ECTS-Punkten versehen und schließt mit dem akademischen Grad „Bachelor of Arts“ ab. Der Grad wird von der Hochschule verliehen.

Handlungsbedarf sehen die Gutachter in der Studien- und Prüfungsordnung. Sie sind jedoch der Ansicht, dass der aufgezeigte Mangel innerhalb von neun Monaten behebbar ist, weshalb sie eine Akkreditierung unter folgender Auflage empfehlen (vgl. Abs. 3.1.2 der Regeln des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung i.d.F. vom 23. Februar 2012):

Bis zum Studienstart ist der Nachweis einer von den zuständigen Hochschulgremien verabschiedeten Studien- und Prüfungsordnung zu erbringen (Rechtsquelle: Kriterium 2.3 „Studiengangskonzept“ i.V.m. Kriterium 2.5 „Prüfungssystem“ der Regeln des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung i.d.F. vom 23. Februar 2012).

Die Erfüllung der Auflage ist bis zum 31. August 2013 nachzuweisen.

Die Verkürzung der regelmäßig vorgesehenen Frist von 9 Monaten begründet sich insoweit, als dass die umzusetzende Auflage möglichst zeitnah und vor dem Studienstart nachgewiesen sein soll, um im Sinne der Studierenden den formalen Mangel zu diesem Zeitpunkt beheben zu haben.

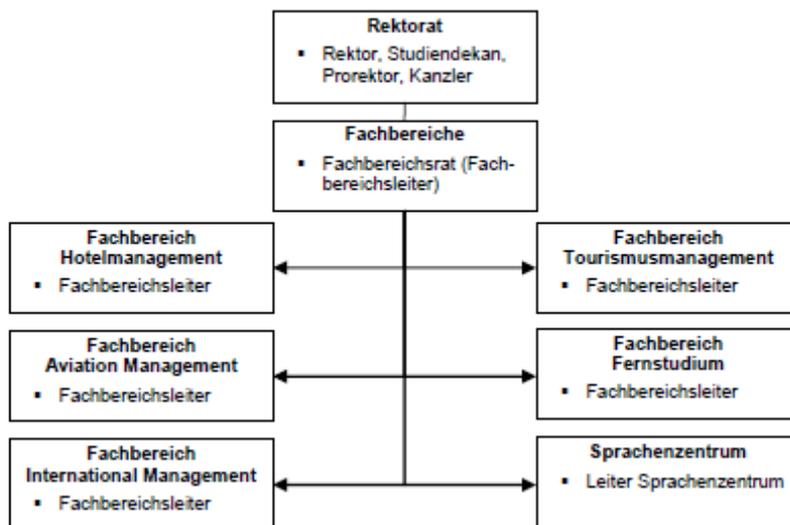
Zur Gesamtbewertung siehe das Qualitätsprofil im Anhang.

---

<sup>1</sup> 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.

# Informationen zur Institution

Die „Internationale Hochschule Bad Honnef“ (IUBH) ist eine im Jahr 1998 gegründete, vom Land Nordrhein-Westfalen staatlich anerkannte Hochschule in privater Trägerschaft. Trägerin der Hochschule ist die „Internationale Hochschule Bad Honnef GmbH“ mit Sitz in Bad Honnef, deren alleiniger Gesellschafter die „Career Partner GmbH“, München, ist. Die IUBH versteht sich als das Kompetenzzentrum für Betriebswirtschaftslehre und Servicemanagement und steht eigenen Angaben zufolge für ein fundiertes, wissenschaftliches Studium, das darauf fokussiert, die Arbeitshaltung und Dienstleistungsmentalität der Studierenden zu fördern. Derzeit studieren rund 1.950 Studierende an der IUBH, die sich in 1.350 Präsenzstudierende und 600 Fernstudierende aufteilen. Die Hochschule stellt ihre organisatorische Struktur wie folgt dar:



# Darstellung und Bewertung im Einzelnen

## 1 Ziele und Strategie

### 1.1 Logik und Nachvollziehbarkeit der Zielsetzung des Studienganges

Ziel des sechssemestrigen Vollzeit-Studienganges Online Marketing ist die Ausbildung von angehenden Managern und Führungskräften für die digitale Wirtschaft. Neben der fachlichen Ausbildung legt die IUBH Wert auf die Entwicklung von wissenschaftlichen, internationalen/interkulturellen und überfachlichen Qualifikationen.

Das Bachelor-Studium umfasse eine wissenschaftliche, aber auch praktisch orientierte Ausbildung in allen Bereichen der Betriebswirtschaft. Darüber hinaus werden Schlüsselqualifikationen und Kompetenzen im Kommunikations-, im Recherche- und im Informationsbearbeitungsbereich vermittelt. Um den Anspruch einer internationalen Managementausbildung weiter zu unterstreichen, finden die Lehrveranstaltungen vollständig in englischer Sprache statt. Die Förderung von zivilgesellschaftlichem Engagement adressiert die IUBH zusätzlich beispielsweise durch Non-Profit-Aktionen oder innerhalb der Lehrveranstaltungen durch ethische Themenstellungen oder durch die Simulation von Streitgesprächen.

#### Bewertung:

Die Zielsetzung des vorliegenden Bachelor-Studienganges Online Marketing, angehende Manager und Führungskräfte für die digitale Wirtschaft auszubilden, korrespondiert stimmig mit dem angestrebten Berufsfeld innerhalb der Dienstleistungen im Search Engine Marketing, Search Engine Optimization, Mobile Marketing oder im Social Media Marketing. Durch die Kombination der Vermittlung von fachlichen Kompetenzen, wissenschaftlichen Methoden und Schlüsselqualifikationen adressiert das gegenständliche Studiengangskonzept sowohl die wissenschaftliche Befähigung und die Befähigung zum zivilgesellschaftlichen Engagement als auch die Berufsbefähigung und Persönlichkeitsentwicklung in angemessener Weise.

		Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
<b>1.</b>	<b>Ziele und Strategie</b>			
1.1	Logik und Nachvollziehbarkeit der Zielsetzung des Studiengangskonzeptes	x		

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

Nicht relevant

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

## 1.3 Geschlechtergerechtigkeit und Chancengleichheit

Als international orientierte Hochschule fühle sich die IUBH den Forderungen des Vertrags über die Europäische Union sowie dem Grundgesetz der Bundesrepublik Deutschland verpflichtet, die den Schutz gegen jegliche Diskriminierung erheben. Die Förderung von Geschlechtergerechtigkeit diene zudem auch der angemessenen Repräsentanz beider Geschlechter auf allen Ebenen und in allen Stufen der Hochschule. So betrage der Frauenanteil im professoralen Lehrkörper 29 Prozent und bei den wissenschaftlichen Mitarbeitern und Lehrkräften für besondere Aufgaben liege dieser Anteil bei 50 Prozent. Indiz für ein erfolgreiches Bemühen um Geschlechtergerechtigkeit sei zudem der hohe Anteil von Absolventinnen, der bei 60 Prozent liege. Die Gewährung von Nachteilsausgleichen für Studierende mit Behinderung sei in der Studien- und Prüfungsordnung sowie für das Auswahlverfahren in der Einschreibungs- und Anerkennungsordnung geregelt. Zudem stehe das Student Support Office Studierenden in besonderen Lebenslagen oder Studierenden mit gesundheitlichen Einschränkungen zur Verfügung.

### Bewertung:

Die beschriebene und bei der Begutachtung vor Ort angetroffene Hochschulwirklichkeit lässt erkennen, dass Geschlechtergerechtigkeit und die gleichberechtigte Entwicklung der Frauen in allen Statusgruppen ein ernsthaftes Bemühen der Hochschule ist, dem ausweislich der statistischen Datenlage guter Erfolg attestiert werden kann. Ein Nachteilsausgleich für Studierende mit Behinderungen wird durch entsprechende Regelungen in der Studien- und Prüfungsordnung sowie in der Einschreibungs- und Anerkennungsordnung für alle Studien- und Prüfungsleistungen wie auch für das Auswahlverfahren gewährleistet.

Studierenden in besonderen Lebenslagen widmet die Hochschule ein besonderes Augenmerk. So finden z.B. Erziehende im „Student Support Service“ Rat und Unterstützung, ausländische Studierende werden durch das „International Office“ eng betreut und mithilfe verschiedener Stipendienprogramme wird auch Studierenden eine akademische Ausbildung ermöglicht, die ohne diese Förderung in bildungsferneren Berufen verblieben wären. Bei den Gesprächen vor Ort konnte die IUBH überzeugend darlegen, dass beispielsweise bereits spezielle Betreuungskonzepte in Form individueller Vorlesungspläne für Studierende mit gesundheitlichen Einschränkungen eingeführt wurden, was seitens der Gutachter sehr begrüßt wird.

		Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
<b>1.</b>	<b>Ziele und Strategie</b>			
1.3	Geschlechtergerechtigkeit und Chancengleichheit	x		

## 2 Zulassung (Zulassungsprozess und -Verfahren)

Die Hochschule verweist auf § 4 der Studien- und Prüfungsordnung, in dem die Zulassungsvoraussetzungen geregelt seien. Demnach ist der Nachweis der allgemeinen Hochschulreife, der fachgebundenen Hochschulreife, der Fachhochschulreife oder eines gleichwertigen Vorbildungsnachweises Voraussetzung für die Aufnahme des Studiums. Darüber hinaus müssten die Studienbewerber ausreichende Englisch-Kenntnisse (mindestens TOEFL mit 80 Punkten bzw. IELTS-Test mit 6,0 von 10 Punkten) erbringen und die Aufnahmeprüfung bestehen.

Die Bewerbung an der IUBH sei darüber hinaus ganzjährig möglich. Um möglichst vielen Bewerbern die Möglichkeit zur Prüfung zu geben, biete die Hochschule die Aufnahmeprüfung regelmäßig an. Dabei würden die meisten Termine jeweils in den zwei Monaten vor Studienbeginn liegen, um der Nachfrage gerecht zu werden. Die Aufnahmeprüfung habe grundsätzlich eine Gültigkeit von zwei Jahren, um Bewerbern die Möglichkeit zu geben, z.B. nach dem Abitur und vor einem längeren Auslandsaufenthalt zu prüfen, ob das Studium nach der Rückkehr gestartet werden kann.

Um am Auswahlverfahren teilzunehmen, müssen die Studienbewerber die folgenden Unterlagen einreichen:

- tabellarischer Lebenslauf
- „Letter of Motivation“ (1-2 DIN A4-Seiten in Englisch)
- beglaubigte Kopie des Abitur- oder Fachhochschulreifezeugnisses
- Original-Ergebnisbericht des TOEFL oder IELTS-Tests (s.o.)
- Kopie des Personalausweises

Darüber hinaus müssen die Bewerber eine hochschuleigene Aufnahmeprüfung erfolgreich absolvieren. Diese umfasst einen schriftlichen Teil, in dem das Wissen in den Bereichen Allgemeinbildung, Englisch und Mathematik geprüft wird, und einen mündlichen Teil in Form eines Bewerbungsgesprächs mit Professoren der Hochschule. In diesem Gespräch werden die Bewerber auf ihre Motivation und Persönlichkeit überprüft. Beide Teilprüfungen werden komplett in Englisch durchgeführt.

Die Ergebnisse des schriftlichen und mündlichen Teils der Aufnahmeprüfung fließen zu gleichen Teilen in das Gesamtergebnis der Aufnahmeprüfung ein. Der Kandidat muss insgesamt mindestens 50% erreichen, um das Studium aufnehmen zu können. Nach erfolgreicher Teilnahme erhalten die Bewerber ein Studienplatzangebot der IUBH. Da die Auswahlverfahren fortlaufend – 6-7 Assessment-Days pro Semester – durchgeführt werden würden und erfolgreichen Bewerbern unmittelbar ein Studienplatz angeboten werde, könne auf ein Ranking verzichtet werden. Bislang konnte nach Darlegungen der IUBH allen im Auswahlverfahren erfolgreichen Bewerbern ein Studienplatz angeboten werden.

Das Zulassungsverfahren sei in der Studien- und Prüfungsordnung beschrieben sowie im Internet und Intranet für die Öffentlichkeit dokumentiert und zugänglich gemacht. Die Zulassung oder Ablehnung wird dem Studienbewerber schriftlich von der Studierendenberatung mitgeteilt. Ein Nachteilsausgleich für Studierende mit Behinderung findet sich in der Einschreibungs- und Anerkennungsordnung sowie in der Prüfungsordnung in § 13 (9), unter anderem in Form einer verlängerten Bearbeitungszeit, wieder.

## Bewertung:

Die IUBH hat in ihrer Studien- und Prüfungsordnung als auch in ihrer Einschreibungs- und Anerkennungsordnung die Zulassungsbedingungen in Übereinstimmung mit den Bestimmungen des Hochschulrechts des Landes Nordrhein-Westfalen geregelt. Durch den geforderten Nachweis von Sprachkompetenz sowie das Bewerbungsschreiben in englischer Sprache (sog. Motivationsschreiben, zugleich Grundlage für das Persönlichkeitsgespräch im Auswahlverfahren) wirkt die Hochschule gezielt auf die Gewinnung qualifizierter Studierender hin. Ein Nachteilsausgleich für Studierende mit Behinderungen ist zudem in der Einschreibungs- und Anerkennungsordnung geregelt.

Das von der IUBH praktizierte Auswahlverfahren ist geeignet, besonders qualifizierte Studierende entsprechend der Zielsetzung des Studienganges zu rekrutieren. Dafür sprechen sowohl die im schriftlichen Teil geforderten Befähigungsnachweise, die mit den Prüfungsbereichen Mathematik, Englisch und Allgemeinbildung einen programmorientierten Fokus setzen, als auch das mündliche Gespräch, das der Vergewisserung über die Persönlichkeit des Bewerbers gilt und unter anderem die Kommunikationsfähigkeit in der englischen Sprache zum Gegenstand hat.

Durch das Erfordernis, die Fremdsprachenkompetenz anhand standardisierter Sprachtests (Niveau TOEFL 80 bzw. IELTS 6,0) nachzuweisen, stellt die IUBH zweifelsfrei sicher, dass Studierende für den Online Marketing-Studiengang gewonnen werden, die das komplett in englischer Sprache stattfindende Studium absolvieren können.

Die Transparenz und Nachvollziehbarkeit des Zulassungsverfahrens ist durch die Beschreibung in der Studien- und Prüfungsordnung und die Dokumentation im Internet und Intranet für die Öffentlichkeit gewährleistet. Die Zulassungsentscheidung basiert auf transparenten Kriterien. Zulassung und Ablehnung werden den Studienbewerbern schriftlich mitgeteilt. Dies ist auch in der Einschreibungs- und Anerkennungsordnung für Bachelor- und Masterstudiengänge in § 5 verankert.

		Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
<b>2.</b>	<b>Zulassung (Zulassungsprozess und -verfahren)</b>			
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

Der vorliegende Bachelor-Studiengang Online Marketing ist ein Vollzeit-Studiengang, in dem insgesamt 180 Kreditpunkte erzielt werden. Ein Kreditpunkt entspricht dabei einer studentischen Arbeitsbelastung von 30 Stunden. Die dreijährige Studienzeit setzt sich aus sechs

Semestern zu je 30 ECTS-Punkten zusammen. Die Bachelor-Thesis mitsamt Kolloquium, die im sechsten Semester verfasst wird, hat einen Umfang von 10 Kreditpunkten bei einem Bearbeitungsumfang von neun Wochen. Kein Modul wird mit weniger als 5 ECTS-Punkten kreditiert. Mit Ausnahme des Moduls „Online Marketing Spezialisations, bei dem drei aus fünf Kursen gewählt werden können, umfasst der sechssemestrige Studiengang Online Marketing ausschließlich Pflichtmodule.

Hinsichtlich der Berücksichtigung der ECTS-Elemente und der Modularisierung verweist die IUBH auf die Modulbeschreibungen, in denen auch die Workload-Vorgaben umgesetzt seien. Die Vergabe relativer ECTS-Noten sei darüber hinaus im Diploma Supplement vorgesehen. Die Durchführung des optionalen Auslandsaufenthalts an einer ausländischen Partnerhochschule werde durch ein Learning Agreement gesichert, das sowohl von Seiten der IUBH als auch seitens der Partnerhochschule bestätigt, dass die Teilnahme an den im Learning Agreement verzeichneten Veranstaltungen möglich ist.

Die Studien- und Prüfungsordnung folgt, wie die Hochschule ausführt, den Vorgaben des Hochschulgesetzes des Landes Nordrhein-Westfalen. Entsprechend § 64 dieses Gesetzes seien in der Studien- und Prüfungsordnung zu regeln:

- Ziel des Studiums, Hochschulgrad, Zahl der Module,
- Inhalt, Qualifikationsziel des Studiums, Lehrform, Teilnahmevoraussetzung, Arbeitsbelastung, Dauer der Prüfungsleistungen der Module, nachteilsausgleichende Regelungen für Studierende mit gesundheitlichen Einschränkungen,
- Auslandssemester, Praxissemester oder berufspraktische Studienphasen,
- Zahl und Voraussetzung für die Wiederholung von Prüfungsleistungen,
- Inanspruchnahme von Mutterschutzfristen, Elternzeit, Pflege von Angehörigen,
- Grundsätze der Bewertung von Prüfungsleistungen, Anrechnungstatbestände,
- Prüfungsorgane und Prüfungsverfahren,
- Folgen bei Nichterbringung von Prüfungsleistungen und Rücktritten, Nachteilsausgleiche,
- Folgen bei Verstößen gegen Prüfungsvorschriften,
- Einsichtnahme in Prüfungsakten.

Alle diese Tatbestände haben nach den Darlegungen der Hochschule in der – einer internen Rechtsprüfung unterzogenen und dem Wissenschaftsministerium des Landes vorgelegten – Studien- und Prüfungsordnung eine Regelung erfahren. Darüber hinaus würden in der Ordnung zahlreiche andere Sachverhalte geregelt, etwa die Verwendung eines Learning Agreements. Prüfungen seien studienbegleitend in den Modulen vorgesehen. In der Regel gebe es nicht mehr als sechs Prüfungen pro Semester. Für die Formulierung des Nachteilsausgleichs habe die IUBH den Formulierungsvorschlag des Deutschen Studentenwerks genutzt.

Die Studierbarkeit werde durch einen maximalen Arbeitsaufwand von 900 Arbeitsstunden pro Semester gewährleistet. Darüber hinaus sei die Studierbarkeit durch die Modulgrößen (in der Regel 5 ECTS-Punkte), kleine Gruppengrößen, eine intensive Betreuung durch Lehrende, durch ca. sechs Modulprüfungen pro Semester sowie eine fachliche und überfachliche Studienberatung veranschaulicht. Zudem hätten sich aus Sicht der Hochschule vergleichbare Arbeitsaufwandsberechnungen bereits bei anderen Bachelor-Programmen bewährt.

## Bewertung:

Die Struktur des Programms kann als stimmig bewertet werden. Sowohl Kern- als auch Wahlfächer sind thematisch wie auch hinsichtlich ihrer Gewichtung angemessen abgebildet. Das Praxissemester erscheint mit 30 ECTS-Punkten überdies wohl ausbalanciert. Die ECTS-Elemente sind realisiert. So ist das Curriculum vollständig modularisiert, wobei die

Module mindestens mit 5 ECTS-Punkten kreditiert werden. Gemäß den Bestimmungen der Studien- und Prüfungsordnung weist das Diploma Supplement die Abschlussnote auch nach dem ECTS-Notensystem (relative Notenvergabe) aus. Die Gutachter haben sich bei der Begutachtung auch davon überzeugen können, dass die IUBH Workload-Erhebungen im bereits laufenden, sechssemestrigen Studiengang Aviation Management durchführt und haben keine Zweifel daran, dass solche Erhebungen auch für den noch zu startenden Studiengang Online Marketing durchgeführt werden. Die meisten Module schließen darüber hinaus mit einer das gesamte Modul umfassenden Prüfung ab. Einige Module (z.B. Quantitative Methods oder Accounting) schließen mit zwei oder drei Klausuren ab. Die IUBH begründet, dies sei im Interesse der Studierenden vorrangig bei Modulen der Fall, die sich über mehrere Semester erstrecken würden oder die Hürden im Studium darstellen (wie beispielsweise die Veranstaltungen des Moduls Quantitative Methods). Die Gutachter sind nach der Überprüfung dieser Ausnahmen zu dem Ergebnis gekommen, dass es sinnvoll ist, den genannten Lehrstoff gesondert abzu prüfen.

Die Modulbeschreibungen sind outcome-orientiert formuliert und weisen unter anderem auch alle von der Kultusministerkonferenz geforderten Beschreibungen wie Inhalte, Lehrformen, Voraussetzungen für die Teilnahme, die Verwendbarkeit, Kreditierung, Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten, die Dauer, den Arbeitsaufwand und die Häufigkeit des Angebot des Moduls aus.

Es liegen eine Studien- und Prüfungsordnung sowie eine Einschreibungs- und Anerkennungsordnung vor, die in verständlicher Weise die gesamte Zulassungs- und Prüfungsmaterie in Einklang mit den Vorschriften des Hochschulgesetzes des Landes Nordrhein-Westfalen regeln. Die Einschreibungs- und Anerkennungsordnung ist zum Wintersemester 2012/13 in Kraft getreten und wurde zuvor einer Rechtsprüfung durch den Hausjuristen der Hochschule unterzogen. Die studiengangsspezifische Studien- und Prüfungsordnung liegt derzeit noch als Konzept vor und soll zum Wintersemester 2013/14 in Kraft treten. Die Gutachter empfehlen daher die **Auflage**, bis zum Studienstart den Nachweis einer von den zuständigen Hochschulgremien verabschiedeten Studien- und Prüfungsordnung zu erbringen (Rechtsquelle: Kriterium 2.3 „Studiengangskonzept“ i.V.m. Kriterium 2.5 „Prüfungssystem“ der Regeln des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung i.d.F. vom 23. Februar 2012).

Die Maßgaben der Lissabon-Konvention betreffend die Anerkennung anderenorts erbrachter Leistungen gemäß nicht wesentlicher Unterschiede – einschließlich der Begründungspflicht im Falle der Nichtanerkennung – sowie Anrechnungsregeln für außerhochschulisch erbrachte Kompetenzen und die wechselseitige Anerkennung von Modulen bei Studiengangswechsel sind in vorbildlicher Weise umgesetzt und mit handhabbaren Regelungen in der Studien- und Prüfungsordnung sowie Einschreibungs- und Anerkennungsordnung verankert. Die Studiengangskonzeption sieht Mobilitätsfenster, d.h. die Möglichkeit von Auslandsaufenthalten bzw. in der Praxis ohne Zeitverlust vor, da kein Modul sich über mehr als zwei Semester erstreckt und die Studierenden im vierten Semester ein Praktikumsemester absolvieren, das auch im Ausland stattfinden kann. Dies ist sowohl durch Learning-Agreements als auch durch Kooperationsvereinbarungen curricular eingebunden. Der Nachteilsausgleich ist in § 13 Abs. 9 der Studien- und Prüfungsordnung hinsichtlich zeitlicher und formaler Vorgaben im Studium sowie bei allen abschließenden oder studienbegleitenden Leistungsnachweisen sichergestellt.

Eine Auffälligkeit in der Studien- und Prüfungsordnung ist § 10 Abs. 9, der regelt, dass Prüfungsleistungen und/oder berufliche Qualifikation nur einmal angerechnet werden können, entweder als Hochschulzugangsberechtigung oder als Studienleistung. Die Gutachter sind der Auffassung, dass Studierenden dadurch zugemutet würde, bereits vorhandenes Wissen

nochmals erwerben zu müssen, und empfehlen, eine Doppelverwertung in der Anrechnung zuzulassen.

An der Studierbarkeit des vorliegenden Bachelor-Studienganges besteht kein Zweifel. Sie spiegelt sich unter anderem in einer geeigneten Studienplangestaltung, kleinen Gruppengrößen, realistischen Workload-Berechnungen und in einer angemessenen fachlichen und überfachlichen Studienberatung wider. Die Belange von Studierenden mit Behinderungen werden adäquat adressiert (s. Kapitel 1.4).

		Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
<b>3.</b>	<b>Konzeption des Studienganges</b>			
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 Systeme (ECTS)“ und der Modularisierung	x		
3.1.3	Studien- und Prüfungsordnung			<b>Auflage</b>
3.1.4	Studierbarkeit	x		

## 3.2 Inhalte

Bezüglich der Inhalte macht die IUBH geltend, dass die Module in den jeweiligen Studiengängen als jeweils Ganzes detailliert abgestimmt seien und sich konsequent an der Vorbildung der Studierenden und der strategischen Ausrichtung des Studienganges und der Hochschule orientierten würden. Das Curriculum lässt sich dabei in vier Themenblöcke gliedern. Im ersten Bereich werden nicht-betriebswirtschaftliche sowie soziale und kommunikative Kompetenzen vermittelt. Hierzu zählen die Module „Law“, „Business Communication“, „Quantitative Methods“, „Applied Academic Research I und II“ sowie „Economics“. Diese Kenntnisse seien erforderlich, um das in BWL und Marketing Erlernte anwenden und einordnen zu können.

Im zweiten, betriebswirtschaftlichen Bereich würden die wesentlichen betriebswirtschaftlichen Funktionen abgedeckt werden. Dabei werde in besonderer Weise darauf Wert gelegt, den Studierenden das Rüstzeug an die Hand zu geben, um einen Betrieb als Ganzes verstehen und analysieren zu können, was sich nicht zuletzt im Modul „Entrepreneurship and New Venture Management“ widerspiegeln.

Auf diesem betriebswirtschaftlichen Fundament, so die IUBH, würden die Marketing- und Online Marketing-Kurse aufsetzen. Dies geschehe beispielsweise in den Modulen „Business and Market Research“, „Online Marketing“ oder „Website- and Project Management“. Im vierten Bereich werden die technischen Grundlagen und Branchenkenntnisse vermittelt. Dieser umfasse die Module „E-Business Technology“ und „International Online Markets“.

Die Inhalte werden durch die nachfolgende Curriculumsübersicht veranschaulicht:

Curriculumübersicht: Online Marketing  
 Intake: WS 2013/2014  
 Version: Feb. 2013

Module	Semester (ECTS)						Workload (hours)				Course type	Type of Exam	Assessment			
	1	2	3	4	5	6	SWS	Lecture	Preparation	Total			CA	Exam	Exam Length	
<b>Quantitative &amp; Research Methods (10 CP)</b>																
Mathematics		3					2	30	60	90	Lecture	Split Exam	0%	100%	90 min	
Statistics		3					2	30	60	90	Lecture		0%	100%	90 min	
Computer Analysis		4					2	30	90	120	Lecture, Case Studies, Group Work		30% Case Analysis	70%	60 min	
<b>Economics (10 CP)</b>																
Microeconomics			5				3	45	105	150	Lecture	Module exam	0%	100%	90 min	
Macroeconomics				5			3	45	105	150	Lecture		0%	100%	90 min	
<b>Applied Academic Research I (5 CP)</b>																
Principles of Research and Academic Writing		5					4	60	90	150	Lecture, Case Studies	Module Exam	30% Term Paper	70%	60 min	
<b>Online Marketing Strategy (5 CP)</b>																
Online Marketing Strategy			5				3	45	105	150	Lecture	Module exam	0%	100%	90 min	
<b>Online Marketing Operations (5 CP)</b>																
Online Marketing Operations				5			3	45	105	150	Lecture, case Study, Group Work	Module exam	0%	100%	90 min	
<b>Online Marketing Instruments (5 CP)</b>																
Online Marketing Instruments				5			3	45	105	150	Lecture, Case Study, Group work	Module Exam	0%	100%	90 min	
<b>Financial Management (5 CP)</b>																
Financial Management				5			3	45	105	150	Lecture		30% Mid-term test	70%	60 min	
<b>Integrated Service Management (10 CP)</b>																
Principles of Marketing		3					2	30	60	90	Lecture, Case Studies	Module exam	Integrated Case 30% Study	70%	90 min	
Principles of Human Resource Management		3					2	30	60	90	Lecture, Case Studies					
Principles of Service Operations & Organization		4					3	45	75	120	Lecture, Case Studies					
<b>International Online Markets (5 CP)</b>																
International Online Markets			5				3	45	105	150	Lecture, Case Study Group work	No final exam	100% Presentation	0%		
<b>e-Business Technology (10 CP)</b>																
Information and Internet Technology		5					3	45	105	150	Lecture, Case Studies, Online Exercises	split exam	100% Case Study	0%	N.A.	
e-Business and IT-Management			5				3	45	105	150	Lecture, Case Studies, Online Exercises		0%	100%	60 min	
<b>Business Communication (5 CP)</b>																
Business Communication					5		3	60	90	150	Lecture	no final exam	1 project, 1 written 100% test%	0%		
<b>Service Design (5 CP)</b>																
Service Design					5		3	45	105	150	Lecture, Case Studies, Role Games	No final exam	100% Case study	0%		
<b>Module</b>	<b>Semester (ECTS)</b>						<b>Workload (hours)</b>				<b>Course type</b>	<b>Type of Exam</b>	<b>Assessment</b>			
	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>SWS</b>	<b>Lecture</b>	<b>Preparation</b>	<b>Total</b>			<b>CA</b>	<b>Exam</b>	<b>Exam Length</b>	
<b>Accounting (10 CP)</b>																
Financial Accounting			5				3	45	105	150	Lecture	Split exam	0%	100%	90 min	
Management and Cost Accounting			5				3	45	105	150	Lecture		0%	100%	90 min	
<b>Internship (30 CP)</b>																
Preparation				1			0	30	0	30			100%	0%	N.A.	
Internship				28			0	15	840	840						
Lesson that accompany internship				1			0	15	15	30						
<b>Marketing and Business Research (5 CP)</b>																
Marketing & Business Research			5				3	45	105	150	Lecture, Case Studies	Module exam	30% Team assignment	70%	60 min	
<b>Entrepreneurship &amp; New Venture Manag (5 CP)</b>																
Entrepreneurship & New Venture Management					5		3	45	105	150	Lecture, Work Shop, Pfactical Case	Module exam	30%	70%	90 min	
<b>Management Accounting and Control (5 CP)</b>																
Management Accounting and Control					5		3	45	105	150	Lecture, Case Studies	Module exam	30% Team assignment	70%	60 min	
<b>Online Marketing Specialisations (3 out of 15 CP)</b>																
Social Media Marketing					5		3	30	120	150	Lecture, Case Studies	Split Exam	0%	100%	60 min	
Search Marketing					5		3	30	120	150	Lecture, Case Studies		0%	100%	60 min	
Web-Controlling					5		3	30	120	150	Lecture, Case Studies		0%	100%	60 min	
Mobile Marketing					5		3	30	-30	0	Lecture, Case Studies		0%	100%	60 min	
Customer relationship Management					5		3	30	-30	0	Lecture, Case Studies		0%	100%	60 min	
<b>Legal Aspects of Business (5 CP)</b>																
German Law					3		2	30	60	90	Lecture, Case Studies	Module exam	0%	100%	90 min	
International Law					2		1	15	45	60	Lecture, Case Studies		0%	100%	90 min	
<b>Online Marketing Practice Project (5 CP)</b>																
On line Marketing practice Project						5	2	30	120	150	Group work	No final exam	Reoport and 100% presentation	0%		
<b>Applied Academic Research II (5 CP)</b>																
Principles of Research and Academic Writing					5		3	45	105	150	, Case Studies	Module Exam	Team and Individual Writing & 100% Oral Assignments	0%		
<b>Service Project Management (5 CP)</b>																
Service Project Management			5				3	45	105	150	Lecture, case Study, Project work		30% Team assignment	70%	60 min	
<b>Bachelor Thesis (10 CP)</b>																
Bachelor Thesis & Colloquium						10	0		300	300	Thesis, Colloquium	No final exam	Bachelor thesis (95%) and			
<b>Summe ECTS (180 CP)</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>30</b>										
Summe Semesterstunden	20	18	18	0	18	11										
Summe Workload	900	900	900	900	900	900										
WL-Stunden pro Jahr	1800		1800		1800											

Zudem veranschaulicht die IUBH die im Studiengang zu erwerbenden Kompetenzen in folgender Matrix:

Ziele	1. Bildet Studenten zum Generalisten für erste Fach- und Führungsaufgaben	2. Internationalität (Positionen in international operierende Unternehmen)	3. Fokus auf Dienstleistungsmanagement	4. Studenten erwerben überfachliche Schlüsselqualifikationen, insbesondere in den Bereichen					
				a. Methodenkompetenz	b. Soziale Kompetenz	c. Interkulturelle Kompetenzen	d. Starker Praxisbezug	e. Interdisziplinarität	f. Analytische, wissenschaftliche Fähigkeiten
<b>Quantitative Methods</b>									
Mathematics	x							x	x
Statistics	x							x	x
Computer Analysis	x			x			x	x	x
<b>Integrated Service Management</b>									
Principles of Service Operations and Organization	x		x				x	x	
Principles of Marketing	x						x	x	
Principles of Human Resource Management	x						x	x	
<b>Accounting</b>									
Financial Accounting	x	x					x		
Management and Cost Accounting	x			x			x		x
<b>Applied Academic Research I</b>									
Principles of Research and Academic Writing	x			x				x	x
<b>Business Communication</b>									
Business Communication	x	x			x	x	x	x	
<b>Management Accounting and Control</b>									
Management Accounting and Control	x			x			x		x
<b>Business and Marketing Research</b>									
Business and Marketing Research				x			x		x
<b>Economics</b>									
Microeconomics	x			x				x	x
Macroeconomics	x			x			x	x	x
<b>Online Marketing Strategy</b>									
Online Marketing Strategy		x	x	x			x	x	x
<b>Financial Management</b>									
Financial Management	x			x			x		x
<b>Law</b>									
German Law	x			x	x		x	x	
International Law	x	x		x			x	x	
<b>Applied Academic Research II</b>									
Advanced Research and Academic Writing	x			x				x	x
<b>Online Marketing Operations</b>									
Online Marketing Operations	x			x			x		
<b>Online Marketing Instruments</b>									
Online Marketing Instruments	x			x			x		
<b>Entrepreneurship &amp; New Venture Management</b>									
Entrepreneurship & New Venture Management	x			x			x	x	
<b>International Online Markets</b>									
International Online Markets		x	x			x	x	x	
<b>e-Business Technology</b>									
Information and Internet Technology		x		x			x	x	
e-Business and IT-Management	x			x			x	x	
<b>Service Design</b>									
Service Design	x		x	x			x	x	
<b>Online Marketing Specialisations</b>									
Social Media Marketing							x		
Web-Controlling							x		
Customer Relationship Management							x		
Mobile Marketing							x		
Search Engine Marketing							x		
<b>Online Marketing Practice Project</b>									
Online Marketing Practice Project	x	x		x	x		x	x	x
<b>Internship<sup>1</sup></b>	x	(x) <sup>1</sup>	(x) <sup>1</sup>	x	x	(x) <sup>1</sup>	x	x	x
<b>Service Project Management</b>									
Service Project Management	x	x	x	x	x		x		x
<b>International Studies</b>									
International Studies		x	(x) <sup>3</sup>	(x) <sup>3</sup>	x	x	(x) <sup>3</sup>	(x) <sup>3</sup>	(x) <sup>3</sup>
<b>Bachelor Thesis<sup>2</sup></b>									
Bachelor Thesis	x	(x) <sup>2</sup>	(x) <sup>2</sup>	x		(x) <sup>2</sup>	(x) <sup>2</sup>	x	x
Colloquium	x			x	x				x

1 Ziele teilw. abhängig von Praktikumwahl

2 Ziele teilw. abhängig von Themenwahl

3 Ziele teilw. abhängig von Fächervwahl

Die Abschlussbezeichnung „Bachelor of Arts“ ist aus Sicht der Hochschule insofern zutreffend gewählt, als der Studiengang keine explizite Ausrichtung auf quantitative Methoden, volkswirtschaftliche Fragestellungen oder technische Schwerpunkte aufweise. Auch die Studiengangsbezeichnung „Online Marketing“ stehe mit den Inhalten des Programms in Einklang. Denn das Ziel des Bachelor-Studienganges sei es, angehenden Fach- und Führungskräften, die in Unternehmen im Bereich des Online Marketing arbeiten möchten, eine grundlegende betriebswirtschaftliche Ausbildung mit einem Schwerpunkt im Marketing und eine

intensive, anwendungsbezogene fachliche Vertiefung im Bereich Online Marketing zu ermöglichen.

Die Prüfungen zeichnen sich durch eine hohe Vielfalt der Formen aus (z.B. Klausuren, mündliche Prüfungen, Präsentationen, Projektarbeiten, Case Studies etc.). Mit der Bachelor-Thesis würden die Studierenden ihre Befähigung zum wissenschaftlichen Arbeiten nachweisen.

## Bewertung:

Die Modulhalte des Online Marketing-Studienganges decken die für das Studiengangsziel zu fordernden Inhalte in angemessener Weise und Gewichtung ab und lassen erkennen, dass bei der Konzeptionierung des Studienganges das besondere Profil eines Bachelor-Programms, die fachlichen Standards und die Bedarfe des Marktes sorgfältig beachtet und beobachtet wurden. Die Kompetenz-Matrix lässt zudem erkennen, dass die Module des Studienganges auf Qualifikations- und Kompetenzentwicklung ausgerichtet sind und der Studiengang somit insgesamt der Outcome-Orientierung entspricht. Das Modul „Online Marketing Specialization“, bei dem aus drei von fünf Veranstaltungen gewählt werden kann, und das Angebot an außercurricularen Veranstaltungen wie z.B. Gastvorträge ermöglichen dabei zusätzlichen, nach individueller Präferenz gestaltbaren Qualifikations- und Kompetenzerwerb.

Die Abschlussbezeichnung „Online Marketing“ steht im Einklang mit der inhaltlichen Ausrichtung des Programms und den nationalen Vorgaben. Gleiches gilt für die Abschlussbezeichnung „Bachelor of Arts (B.A.)“.

Der vorliegende Studiengang verknüpft Theorie und Praxis in erfolgreicher Weise durch das verpflichtende Praktikum im vierten Semester sowie durch praxisnahe Case Studies miteinander und fördert so die Berufsbefähigung der Studierenden. Die Module „Online Marketing Specialization“, „Website- and Project Management“ und „Online Marketing Project“ sind sogar ausdrücklich der praktischen Umsetzung theoretischer Erkenntnisse gewidmet und vermitteln den Studierenden die Fähigkeit, theoretisches Wissen aktiv in die Praxis umzusetzen.

Interdisziplinarität wird im Bachelor-Studiengang Online Marketing durch interdisziplinäre Module wie „International Online Markets“, „Service Design“, „e-Business Technology“ und „Business Communication“ angemessen adressiert. Die Vermittlung von Methodenkompetenz und die Befähigung zum wissenschaftlichen Arbeiten ist Gegenstand der Module „Quantitative Methods“ und „Applied Academic Research I und II“. Diese sind stimmig in das Curriculum eingebettet und stellen – auch ausgewiesen als Lernziele in den Modulbeschreibungen – sicher, dass die Studierenden zum wissenschaftlichen Arbeiten befähigt werden und Methodenkompetenzen entwickeln.

Prüfungsleistungen und Abschlussarbeiten konnten bei der Begutachtung zwar noch nicht eingesehen werden, aufgrund eingesehener Abschlussarbeiten des bereits laufenden Studienganges Aviation Management besteht jedoch kein Zweifel, dass diese mit den Learning Outcomes korrespondieren, wissens- und kompetenzorientiert sind und die Anforderungen dem Qualifikationsniveau entsprechen. Die Prüfungsleistungen sind in der Regel integrativ angelegt; nur in Einzelfällen werden Lehreinheiten eines Moduls einzeln abgeprüft (z.B. die Units der Module „Quantitative Methods“, „Accounting“ sowie der Wahlpflichtfachmodule). Die Gutachter haben sich davon überzeugt, dass diese Ausnahmen thematisch und strukturell gerechtfertigt sind, und sehen daher keinen Anlass, dies zu beanstanden.

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

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

Nicht relevant

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

### 3.4 Didaktisches Konzept

Das didaktische Konzept, das den Studiengängen der IUBH zugrunde liegt, orientiert sich der Hochschule zufolge an Aspekten des problemgesteuerten und anwendungsorientierten Lernens. Dies spiegelt sich in den Modulen des Studienganges wider, zu deren didaktischen Komponenten die gemeinsame Erarbeitung von anwendungsorientiertem Fachwissen durch Beispiele, Übungen und Diskussionen gehört. Weiterführende Lernmaterialien und Fachliteratur ergänzen das in der Präsenzveranstaltung erarbeitete Wissen. Zudem würden die Module seitens der Studiengangsleitung untereinander und im Ganzen detailliert aufeinander abgestimmt.

Lehr- und Lernmaterialien werden den Studierenden von den Dozenten vor Beginn des Kurses genannt bzw. in elektronischer Form im Campus-Intranet oder in Papierform zur Verfügung gestellt. Hierbei handelt es sich in erster Linie um Vorlesungsskripte oder Fallstudienunterlagen. Das den Studierenden zur Verfügung gestellte bzw. empfohlene Lehr- und Lernmaterial sei für jedes einzelne Modul im Modulhandbuch aufgelistet.

#### Bewertung:

Das beschriebene didaktische Konzept ist erkennbar geprägt von der Zielsetzung des Studienganges, hohe berufsqualifizierende Kompetenzen auf wissenschaftlicher Grundlage zu vermitteln und die Studierenden für die Wahrnehmung verantwortungsvoller Aufgaben in

international orientierten Dienstleistungsunternehmen im Marketingbereich zu befähigen. Die Vielzahl der angewandten didaktischen Methoden (Fallstudien, Diskussionen und Übungen) korrespondiert dabei stimmig mit den curricularen Inhalten. Die Gutachter haben keinen Zweifel, dass die begleitenden Lehrveranstaltungsmaterialien dem zu fordernden Niveau entsprechen werden. Sie werden den Studierenden durch das Intranet auch online zum Download zur Verfügung gestellt.

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

### 3.5 Berufsqualifizierende Kompetenzen

Der vorliegende Studiengang sei in seiner Konzeption konsequent an das Ziel der Akzeptanz auf dem Arbeitsmarkt ausgerichtet. Bei der Gestaltung des Curriculums seien daher die Grundfunktionen der Betriebswirtschaftlehre und des Marketing um technische und marketingorientierte Module ergänzt, die die Studierenden systematisch auf die Erfordernisse des Arbeitsmarktes vorbereiten sollen.

Um dies sicherzustellen, habe sich die IUBH in mehreren Gesprächsrunden und Workshops mit Vertretern der Industrie abgestimmt und auch Online Marketing-Spezialisten an der Erarbeitung des Curriculums beteiligt. Dies finde sich in den praxis- und projektorientierten Modulen (z.B. „Online Marketing Project“ sowie „Project Management and website-Optimization“) wieder, in denen die erworbenen Kenntnisse systematisch zusammengeführt und in arbeitsmarkadäquaten Anwendungen exemplarisch umgesetzt werden.

#### Bewertung:

Die IUBH hat die potenziellen Berufsfelder der Programmteilnehmer auf der Grundlage von Gesprächsrunden und Workshops mit Vertretern der Industrie ermittelt und beschrieben und auf dieser Grundlage die benötigten Qualifikationen und Kompetenzen analysiert und in das Curriculum eingebunden. Das Curriculum ist somit insgesamt auf einen berufsqualifizierenden Abschluss mit klarem inhaltlichem Profil ausgerichtet. Es besteht kein Zweifel daran, dass die Berufsbefähigung der Absolventen gemäß der definierten Learning Outcomes erreicht wird.

		Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
<b>3.</b>	<b>Konzeption des Studienganges</b>			
3.5	Berufsqualifizierende Kompetenzen	x		

## 4 Wissenschaftliches Umfeld und Rahmenbedingungen

### 4.1 Lehrpersonal des Studienganges

Für Professoren an Hochschulen bestünden die Einstellungsvoraussetzungen, die der § 36 des Hochschulgesetzes des Landes Nordrhein-Westfalen vorschreibe. Der Lehrkörper der IUBH setze sich zusammen aus 28 Professoren, vier Doktoren, fünf wissenschaftlichen Mitarbeitern und fünf Lehrkräften für besondere Aufgaben. Der Frauenanteil an der Gesamtzahl der Professoren belaufe sich auf 29 Prozent und der Anteil der Professoren mit ausländischem Bildungshintergrund und im Ausland erworbenen akademischen Abschlüssen betrage 19 Prozent. Bis zum Wintersemester 2013/14 sei nach derzeitiger Planung die Einstellung von vier zusätzlichen Professoren geplant. Eine Lehrverflechtungsmatrix weist aus, dass die Lehre der IUBH zu über 50% von hauptamtlich Lehrenden erbracht wird.

Die wissenschaftliche Qualifikation der Lehrenden ist nach Auffassung der Hochschule durch Anwendung des § 36 des Hochschulgesetzes des Landes Nordrhein-Westfalen gewährleistet. Um die wissenschaftliche Qualifikation der Lehrenden noch über die hochschulrechtlichen Anforderungen des Landes hinaus zu erhöhen, ist das hauptamtlich tätige Lehrpersonal nach dem Vortrag der Hochschule gehalten, Veröffentlichungs- und Forschungstätigkeit nachzuweisen. Die Publikationstätigkeit des wissenschaftlichen Personals werde daher vom Studiendekan erfasst, ebenso das Volumen betreuter Forschungsprojekte sowie die Zusammenarbeit mit externen Fachexperten in Form von Fachvorträgen. Eine regelmäßige Berichterstattung zu Publikationen und Forschungsprojekten erfolge im Rahmen des Akademischen Jahresberichtes.

Der pädagogischen/didaktischen Qualifikation der Lehrenden misst die Hochschule nach eigenem Bekunden hohe Bedeutung zu. Über die im Berufungsverfahren nachzuweisende pädagogische Eignung hinaus habe sie zum SS 2008 ein Verfahren etabliert („Ordnung Pädagogische Eignung“), mit dem sichergestellt werde, dass die Professoren über die erforderlichen Qualifikationen verfügen. Zudem gebe es Instrumentarien wie den Peer Review Prozess (Gegenseitige Unterstützung der Dozenten bei der Weiterentwicklung der Lehrveranstaltungen), interne Teaching Quality Workshops und das Mentoren-Programm (Sparringspartner für neue Dozenten).

Hinsichtlich der geforderten Praxiserfahrung der Professoren verweist die IUBH auf die Einstellungsvoraussetzungen (fünfjährige berufspraktische Tätigkeit, davon mindestens drei Jahre außerhalb des Hochschulbereichs). Diese Anforderungen des Hochschulgesetzes würden zumeist überschritten. Hinsichtlich des fachlichen Profils achte die Hochschule darauf, dass sich die zu Berufenden – neben dem Fachgebiet der Denomination der zu besetzenden Professur – durch gute Kenntnisse und hinreichende Praxiserfahrung in der Dienstleistungsindustrie auszeichnen.

Die Betreuungssituation bewertet die Hochschule aufgrund der kleinen Gruppengrößen als günstig. Während des Semesters gelte für die Lehrenden Anwesenheitspflicht auf dem Campus. Auch seien feste Sprechzeiten eingerichtet, die Studierenden könnten aber auch außerhalb der festen Sprechzeiten jederzeit Kontakt mit den Lehrkräften nach dem Unterricht aufnehmen.

#### Bewertung:

Struktur und Anzahl der im Studiengang Online Marketing Lehrenden korrespondieren, auch unter Berücksichtigung der Mitwirkung in anderen Studiengängen, mit den Anforderungen des Studienganges. Wie sich aus der vorgelegten Lehrverflechtungsmatrix ergibt, wird die Lehre im Studiengang zu 51% von hauptamtlich Lehrenden der Hochschule bestritten und

die Bestimmungen des Hochschulgesetzes des Landes Nordrhein-Westfalen werden somit eingehalten. Maßnahmen zur Personalentwicklung und Qualifizierung der Lehrenden sind in Gestalt der Teilnahme an Tagungen und Konferenzen, für die ein eigenes Budget zur Verfügung steht, sowie in Form didaktischer Schulungen und Freistellungen für Forschungsvorhaben vorhanden. Berufungsverfahren werden unter Berücksichtigung der strategischen und fachlichen Anforderungen der IUBH im Einklang mit den Einstellungsvoraussetzungen des Landes Nordrhein-Westfalen durchgeführt.

Die wissenschaftliche Qualifikation des Lehrpersonals entspricht dabei den Anforderungen und Zielsetzungen des vorliegenden Studienganges und wird durch die Erfassung der wissenschaftlichen Publikationen durch den Studiendekan zusätzlich adressiert. Die pädagogische/didaktische Qualifikation der Lehrpersonen ist als überdurchschnittlich ausgeprägt zu bewerten. Bereits im Berufungsverfahren werden mittels einer Lehrprobe die didaktischen und pädagogischen Fähigkeiten einer ersten Beurteilung unterzogen. Darüber hinaus hat sich der neu Berufene nach Maßgabe der „Ordnung zur Feststellung der pädagogischen Eignung von Professoren an der Internationalen Hochschule Bad Honnef“ einem Feststellungsverfahren durch eine Beurteilungskommission zu unterziehen. Um erkannten didaktische/pädagogische Schwächen entgegenzuwirken, kann die Hochschule zur Teilnahme an den „Quality Teaching Workshops“ und zur „Selbstevaluation“ verpflichtet. Neu berufene Professoren haben sich im 1. Semester einem „Peer Review“ durch Professoren der Hochschule zu unterziehen; ihnen wird zusätzlich ein Mentor zugeordnet, der sie im 1. Semester begleitet. Wie die internen Lehrkräfte sind auch die Lehrbeauftragten zur Teilnahme an den „Quality Teaching Workshops“ gehalten. Insgesamt hat die Hochschule Instrumentarien zur Sicherung und Entwicklung der didaktischen/pädagogischen Kompetenzen entwickelt.

Auch die Praxiskenntnisse des Lehrpersonals können ausweislich der eingesehenen Lebensläufe als überdurchschnittlich bewertet werden. So verfügen die Dozenten in der Regel über eine mindestens fünfjährige berufspraktische Tätigkeit, von denen mindestens drei Jahre außerhalb des Hochschulbereichs ausgeübt worden sein müssen. Die interne Kooperation und die Abstimmung der Module untereinander erfolgen durch die Studiengangsleiter in Zusammenarbeit mit den verantwortlichen Modulkoordinatoren. Zusätzlich finden zur internen Kooperation Fachbereichsleiterkonferenzen, Senatssitzungen und eine Semesterkonferenz zu Beginn eines jeden Semesters statt, sodass die Abstimmung der Verantwortlichen untereinander systematisch gewährleistet ist.

Bedingt durch die Größe der IUBH und der damit einhergehenden günstigen Betreuungsrelation gelingt es den Lehrenden, den Studierenden auch über die festen Sprechzeiten hinaus zur Verfügung zu stehen. Die Studierenden haben im persönlichen Gespräch bestätigt, dass sie rundum zufrieden sind.

		Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant erfüllt
<b>4.</b>	<b>Wissenschaftliches Umfeld und Rahmenbedingungen</b>			
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

Die übergreifende Koordination der Lehraktivitäten erfolge durch die Fachbereichsleiter sowie die Studiengangsleiter. Die Studiengangsleiter seien für die strukturelle Weiterentwicklung der Studienprogramme sowie damit verbundene Module bzw. Kursangebote verantwortlich. Hierzu gehörten auch die Vermeidung curricularer Redundanzen und die Sicherstellung des akademischen Niveaus.

Zur Sicherstellung der Lehrqualität werden durch den Studiendekan semesterbezogene Kurs- und Dozentenevaluationen durchgeführt. Auf Grundlage der Befunde würden in Abstimmung mit den Fachbereichsleitern und Dozenten Empfehlungen zur Verbesserung der Lehrqualität ausgesprochen.

Die Entwicklung neuer Studiengänge erfolge im Rahmen von Planungssitzungen unter Beteiligung der Hochschulleitung, der Fachbereichsleitung, der Studiengangsleitungen und von fachlich einschlägigen Professoren der Hochschule.

Die Hochschuladministration sei in die Bereiche Finanzen und Buchhaltung, Marketing, Studienberatung, Informationstechnologie, Studentensekretariat, Prüfungsamt, Bibliothek, International Office, Career Service, Alumniorganisation und Infrastruktur-Services gegliedert. Die Weiterqualifizierung des administrativen Personals biete die IUBH beispielsweise in Form von Teamschulungen an.

### Bewertung:

Die Gutachter konnten sich bei der Begutachtung vor Ort davon überzeugen, dass die Studiengangsleitung die Abläufe aller im Studiengang Mitwirkenden in Zusammenarbeit mit den Modulverantwortlichen koordiniert. Die übergreifende Lehrkoordination erfolgt durch die Bereichsleiter. Insgesamt ist durch diese Aufteilung der Verantwortlichkeiten ein störungsfreier Ablauf des Studienbetriebs sichergestellt.

Die Ablauforganisation und Verwaltungsunterstützung für Studierende und Lehrende sind überdies hinsichtlich ihrer Entscheidungsprozesse-, -kompetenzen und -verantwortlichkeiten transparent aufgeteilt. Quantitativ sind Verwaltung und Service-Bereiche angemessen ausgestattet; das Netz an unterstützenden administrativen Organisationseinheiten ist eng geknüpft, von der Qualität der Leistungen konnten sich die Gutachter im Gespräch mit Lehrenden, Studierenden und Verwaltungsmitarbeitern einen überzeugenden Eindruck verschaffen. Das schon erwähnte engmaschige institutionelle und informelle Beratungs- und Kommunikationssystem gewährleistet den unmittelbaren Zugang zur Ablauforganisation und gewährt die gebotenen Einwirkungsmöglichkeiten – auch und gerade für die Studierenden, die sich über ihre Vertreter in den Gremien, über die organisierte Studentenschaft, aber auch individuell jederzeit und unmittelbar einbringen können. Über das hochschuleigene Intranet ist zudem sichergestellt, dass die Möglichkeiten der Serviceunterstützung auch elektronisch unterstützt werden. Weiterqualifizierung des administrativen Personals bietet die IUBH beispielsweise in Form von Teamschulungen nach Ansicht der Gutachter in hinreichendem Maße an.

		Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
<b>4.</b>	<b>Wissenschaftliches Umfeld und Rahmenbedingungen</b>			
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 IUHB verweist bezüglich ihrer Kooperationen und Partnerschaften auf 26 Partnerschaften mit ausländischen Hochschulen, davon acht auf ERASMUS-Ebene. Weitere sechs Hochschulkooperationen seien derzeit in Vorbereitung. 24 Partnerschaften seien auf Studentenaustausch ausgerichtet, mit sieben Hochschulen liegen Doppelabschluss-Vereinbarungen vor und 14 Kooperationen seien auf Dozentenaustausch ausgerichtet (davon acht realisierte).

Neben den Hochschulpartnerschaften bestehe eine Reihe von Mitgliedschaften und Partnerschaften in Verbänden und Kammern, die an international ausgebildeten Absolventen Bedarf haben. Darüber hinaus bestehen 29 Industriekooperationen, die unter anderem auf Stipendiumsvereinbarungen, Forschungsk Kooperationen oder Praktikantenprogramme ausgerichtet sind. Kooperationspartner sind unter anderem beispielsweise Ernst & Young, das MCI Innsbruck oder die Deutsche Post AG.

#### Bewertung:

Die eingesehenen Kooperationsverträge und die auf dieser Grundlage vereinbarten Learning Agreements lassen erkennen, dass die Kooperationen der IUBH mit ausländischen Partnerhochschulen aktiv betrieben werden und mit Leben gefüllt sind. Auch die Zusammenarbeit mit anderen, für das Studium relevanten Einrichtungen wird gepflegt und aktiv in das Campusleben, z.B. durch Vortragstätigkeit, einbezogen.

Gleiches gilt für die Kooperationen mit Wirtschaftsunternehmen, die als Partner für die Durchführung des Pflichtpraktikums eine curricular relevante Komponente beisteuern. Die Besetzung des Fachbeirats mit hochrangigen Persönlichkeiten aus der Wirtschaft erweist sich unter dem Gesichtspunkt der Herstellung von Unternehmenskontakten als besonders günstig.

		Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
<b>4.</b>	<b>Wissenschaftliches Umfeld und Rahmenbedingungen</b>			
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

Der Campus der IUBH umfasse eine Grundfläche von 20.000 qm, von denen 11.172 qm mit Baukörpern versehen sind. Dies sind der historische Turm, die Dallmayr Lounge (Aufenthaltsraum und Studienraum), das historische Hauptgebäude mit sechs Büros, einem Restaurant, 12 Seminarräumen und 12 Dozentenbüros, ein Neubau mit Auditorium, einem Prüfungsraum, einem Studienraum sowie einer Studentenbar und ein Kollegiengebäude, in dem sich der Career Service, das International Office, die Buchhaltung, das Prüfungsamt, 16 weitere Seminarräume, 12 weitere Dozentenbüros und das Rektorat befinden. Zusätzlich gebe es sechs Apartmenthäuser als Studentenwohnheime mit 203 Betten und einer Mensa im Erdgeschoss.

Die Bibliothek weise eine Nutzfläche von 479 qm auf. Für Lehrveranstaltungen und Projektstunden insgesamt 31 Räume mit insgesamt rund 2.000 qm und einer Kapazität von maximal 1.159 Plätzen zur Verfügung. Aufgrund des Kleingruppen-Konzepts seien der IUBH zufolge größere Vorlesungsmöglichkeiten nicht erforderlich. Alle Studierenden hätten Notebooks und alle Unterrichtsräume seien mit W-LAN, Beamern und Whiteboards ausgestattet. Als Software-Anwendungsprogramme seien Airsked, Fidelio, HOTS, Sabre/Merlin, SAP, SAS sowie SPSS installiert.

Die IUBH verfüge am Standort Bad Honnef über eine umfassende Präsenzbibliothek. Literatur und Zeitschriften seien auf die Studieninhalte abgestimmt und auf dem aktuellen Stand. Auch liege ein Konzept für die weitere Entwicklung der Bibliothek vor. In der Bibliothek stünden insgesamt 112 Einzel-Lese- und Arbeitsplätze an Tischen zur Verfügung. Zusätzlich stehen den Studierenden ein Gruppenarbeitsraum mit W-LAN und Pinboard sowie zwei Projektgruppen-Arbeitsräume und ein Kopierraum zur Verfügung. Das Personal der IUBH-Bibliothek umfasse derzeit drei Diplom-Bibliothekare, einen Bibliotheksassistenten, einen Auszubildenden zum Fachangestellten für Medien- und Informationsdienste und fünf studentische Hilfskräfte.

Die Studierenden erhalten zudem Zugriff auf eine Vielzahl an Datenbanken (z.B. EBSCO und Emerald Management Xtra). Eine netzbasierte Plattform stellt den Studierenden darüber hinaus weiterführende Informationen zur Verfügung. Zugriff auf mehrere E-Book-Plattformen, über die Standardwerke kostenfrei als Download oder online-lesbare Variante (inklusive der Möglichkeit des Drucks) bereitgestellt werden, runden das Angebot ab. Neben dem Online-Katalog und bereits erwähnten Datenbanken stehen den Studierenden die Deutsche Online-Fernleihe sowie weitere Verbundkataloge und Dokumenten-Lieferdienste zur Verfügung.

Alle Ressourcen seien darüber hinaus über einen eigenen Bereich im Campus-Intranet zugänglich und könnten via Passwort auch von außerhalb des Hochschulcampus erreicht werden. Die Kreis- und Hochschulbibliothek der Hochschule Bonn/Rhein-Sieg sowie die Universitäts- und Landesbibliothek der Universität Bonn stehen den Studierenden der IUBH zudem in unmittelbarer Nähe zur Verfügung.

### Bewertung:

Die Gutachter haben die Räumlichkeiten in Augenschein genommen und konnten dabei feststellen, dass den Studierenden und Lehrenden moderne, technisch gut ausgestattete Räume aller Größenordnungen in ausreichender Zahl zur Verfügung stehen. Eine leistungsfähige IT-Infrastruktur (mit Zugang zum kostenfreien W-LAN) einschließlich Web-basierter Tools für die Mitglieder der Hochschule zur virtuellen und auch pro-aktiven Teilnahme an den hochschulinternen Aktivitäten und Prozessen gehören ebenso zum Ausstattungsniveau wie eine behindertengerechte, barrierefreie Ausstattung der Unterrichts- und Studierräume. Wo

dies nicht realisiert werden konnte, wie beispielsweise aus bautechnischen Gründen im historischen Gebäude, werden im gegebenen Fall die Veranstaltungen in barrierefreie Räumlichkeiten verlegt.

Die Ausstattung der Bibliothek mit Monografien und Zeitschriften ist hinreichend, der Zugriff auf elektronische Medien, auf externe Kataloge und Bestände sowie Datenbanken kann als gut bezeichnet werden – zumal der Zugriff auf die Bestände, Datenbanken und die Bibliotheksverbände über entsprechende elektronische Plattformen auch vom externen Arbeitsplatz aus möglich ist. Die Strategie der Bibliotheksentwicklung weist überdies in eine noch stärker durch die elektronischen Medien geprägte Richtung. Der für eine Hochschule dieser Größenordnung ansprechende Bibliotheksetat wird für diesen Schwerpunkt zunehmend in Anspruch genommen.

Die Öffnungszeiten der Hochschulbibliothek sind studienfreundlich bemessen und werden von den Studierenden und Absolventen als hinreichend bezeichnet. Weitere wissenschaftliche Bibliotheken im gut erreichbaren Umfeld können auf vertraglicher Grundlage zusätzlich in Anspruch genommen werden. Der Besuch der Hochschulbibliothek durch die Gutachter führt zu der Feststellung einer ausreichenden Anzahl von Arbeitsplätzen und Gruppenarbeitsräumen mit einer IT-Ausstattung entsprechend den heutigen Standards. Während der Begutachtung konnten sich die Gutachter davon überzeugen, dass den Studierenden qualifiziertes Betreuungspersonal, unter anderem in Form von derzeit drei Diplom-Bibliothekaren, zur Ad-hoc Beratung zur Verfügung steht.

		Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
<b>4.</b>	<b>Wissenschaftliches Umfeld und Rahmenbedingungen</b>			
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 des Studienganges erfolgt durch Studiengebühren. In diesem Zusammenhang verweist die Hochschule auf einen deutlich positiven Deckungsbeitrag zur Abdeckung der Raum-, Verwaltungs- und sonstigen Gemeinkosten der IUBH. Zudem existiere die Absicherung des Studienbetriebes über das Vermögen der Trägergesellschaft. Die IUBH ist darüber hinaus dem Ministerium für Wissenschaft, Forschung und Technologie des Landes Nordrhein-Westfalen verpflichtet, eine Ausfallbürgschaft für den Fall zu hinterlegen, dass die Trägergesellschaft nicht mehr für die Ausgaben des laufenden Studienbetriebs aufkommen kann. Diese Bürgschaft werde vom Ministerium beaufsichtigt und regelmäßig angepasst. Für den vorliegenden Studiengang Online Marketing liegen zudem eine umfassende Finanzkalkulation und Liquiditätsbetrachtung vor.

### Bewertung:

Die von den Gutachtern eingesehene Finanzplanung und Liquiditätsbetrachtung ist nachvollziehbar kalkuliert und erstreckt sich bis 2019. Darin sind die Berechnungen zur Anzahl der Studienanfänger, Anzahl der Studierenden und Einnahmen sowie zu den Ausgaben für Personal, Forschung und Infrastruktur hinreichend dargelegt. Durch die Garantiererklärung der Trägergesellschaft und durch die beim zuständigen Landesministerium hinterlegte Bürg-

schaftsurkunde besteht kein Zweifel, dass die Finanzierungssicherheit für den ordnungsgemäßen Betrieb des Studienganges nicht nur für diesen Studienzyklus, sondern für den gesamten Akkreditierungszeitraum gegeben ist.

		Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
4.	<b>Wissenschaftliches Umfeld und Rahmenbedingungen</b>			
4.5	Finanzplanung und Finanzierung des Studienganges	x		

## 5 Qualitätssicherung

Die IUBH macht geltend, Qualitätsziele für die Entwicklung ihrer Studiengänge formuliert zu haben und ihre Umsetzung regelmäßig zu überprüfen. Die diesbezüglichen Verantwortlichkeiten seien zwischen Pro-Rektor Lehre und Studium, Studiendekan, Studiengangsleitung und Modulkoordinatoren aufgeteilt. Um eine hohe Qualitätstransparenz, die Verfügbarkeit zeitnaher Informationen zu Stärken und Schwächen der Lehrqualität, eine kontinuierliche Weiterentwicklung selbiger sowie die direkte Einbeziehung des Lehrkörpers zu erreichen, werden regelmäßige Daten zur Qualität der Lehre und Forschung erhoben.

Dies geschehe unter anderem durch die studentische Lehrevaluation, die studentische Service-Evaluation, die Lehrveranstaltungsevaluation durch die Dozenten sowie durch das Feedback von Alumni und Arbeitgebern. Zusätzlich werden die Dozenten aufgefordert, den Studierenden bereits in der Mitte des Semesters eine Möglichkeit zur Zwischenevaluation anzubieten.

Der Aufbau des Fragebogens orientierte sich hierbei an den Empfehlungen der Hochschulrektorenkonferenz. Darüber hinaus wurde der Kriterienkatalog auf Basis von studentischem Feedback und Gesprächen mit Dozenten auf die aktuellen Bedürfnisse angepasst. Die Ergebnisse werden in einem dreistufigen Modell (Qualitätsstufen A, B und C) anhand prozentualer Studierendenzufriedenheit klassifiziert. Workload-Erhebungen werden pro Kurs erhoben. Dabei werden Kursergebnisse als kritisch erachtet, wenn die Abweichung +/- 20% übersteigt. Die Studierenden können sich mit ihren diesbezüglichen Anliegen darüber hinaus an das Student Support Services Team wenden.

Die Evaluation der Dienstleistungen auf dem Campus umfasst die Bewertung der Bibliothek, aller Verwaltungseinheiten, der IT-Unterstützung und der Gastronomie und Appartements auf dem Campus. Auf der Basis dieser Evaluation konnten unter anderem ein verbesserter Klausureinsichtsprozess, ein weiterer Ausbau der Nutzung von e-books in der Bibliothek oder ein neues Abrechnungssystem für die gastronomischen Angebote eingeführt werden.

Eine weitere Qualitätssicherungsmaßnahme sei die Dozenten-Selbstevaluation. Hierbei werden die Dozenten am Ende eines jeden Semesters gebeten, eine schriftlich verfasste Selbstevaluation zu ihren Kursen zu erstellen und positive wie negative Eindrücke festzuhalten. Die Ergebnisse würden mit denen der studentischen Lehrevaluation verglichen werden. Zudem gebe es für die Dozenten einen Peer-Review-Prozess zur gegenseitigen Unterstützung und zum gegenseitigen Besuch der jeweiligen Veranstaltungen, interne Teaching-Quality-Workshops oder ein Mentoring-Programm für neue Dozenten.

Die Analyse der Evaluationsergebnisse erfolge durch den Studiendekan der IUBH. Die Ergebnisse würden in internen Zirkeln mit der Geschäftsführung, den Programmverantwortli-

chen und den studentischen Vertretern besprochen. Darüber hinaus werde der Senat regelmäßig (einmal pro Semester) und unter Anwesenheit von zwei studentischen Vertretern über Qualitätssicherungsmaßnahmen informiert und gehört. Im Rahmen der für Fakultät und Verwaltung offenen Semesterkonferenz werde ebenfalls über die Qualitätssicherungsmaßnahmen gesprochen und ein Preis der Lehre (Best Teaching Award) vergeben.

Auf der Basis der erhobenen Daten und der Diskussion der Ergebnisse mit den beteiligten Akteuren würden konkrete Maßnahmen abgeleitet werden, durch deren Umsetzung ein kontinuierlich hohes Niveau der Lehrqualität sichergestellt werde. Diesbezüglich wurden beispielsweise ein Dozentenhandbuch für neue Dozenten sowie die Dokumentation des Prozesses der Programmentwicklung bzw. die Dokumentation der Rolle des Modulkoordinators bei der Qualitätsentwicklung erarbeitet. Andere Qualitätssicherungsmaßnahmen seien beispielsweise Verbesserungen von Gruppengrößen, strukturelle Aufarbeitung von Kursmaterialien oder personalpolitische Reaktionen.

Die Dokumentation der Studiengänge der IUBH erfolge in der Studien- und Prüfungsordnung, in den Modulbeschreibungen im Intranet, in Studiengangsbroschüren, im akademischen Jahresbericht sowie auf der Homepage der IUBH. Weiterhin werden für Studierende in Informationsveranstaltungen und auf verschiedenen Internet-Portalen Ziele, Verlauf und Inhalte des Studiums dargestellt. Die Aktivitäten im Studienjahr werden im akademischen Jahresbericht der IUBH veröffentlicht, der auch über die Homepage verfügbar ist.

## **Bewertung:**

Die IUBH hat ein umfassendes Qualitätssicherungskonzept geschaffen, das neben der Entwicklung von Qualitätszielen auch diverse Instrumentarien umfasst, die die kontinuierliche Überwachung und Weiterentwicklung der Qualität des Studienganges bezüglich der Inhalte, Prozesse und Ergebnisse sicherstellt. Dazu gehören unter anderem studentische Evaluationen, Untersuchungen der studentischen Arbeitsbelastung sowie Erhebungen zum Studienerfolg und Absolventenverbleib. An der Planung und Ausführung dieser Verfahren sind Lehrende und Studierende in entsprechenden Gremien, beispielsweise durch die Student Representatives, beteiligt. Die Studierenden sind überdies auch in die Diskussion um die Entwicklung des Fragenkatalogs zur studentischen Evaluation eingebunden, wie bei den Gesprächen vor Ort überzeugend bekundet wurde. Obgleich die IUBH somit über umfassende Instrumentarien zur Qualitätserhebung und -sicherung verfügt, empfehlen die Gutachter, diese Instrumentarien in einer von den zuständigen Organen beschlossenen Ordnung zusammenzufassen (beispielsweise als QM-Handbuch), darin auch das Ineinandergreifen und die inneren Verknüpfungen der Maßnahmen darzustellen und die Schritte der Programmentwicklung und -weiterentwicklung verbindlich festzulegen.

Neben der bereits genannten Evaluation durch Studierende, deren Ergebnisse den Studierendenvertretern mitgeteilt und so an die Studierenden herangetragen werden, findet auch eine Qualitätssicherung durch das Lehrpersonal in Form einer Dozenten-Selbstevaluation statt. Die Ergebnisse würden mit denen der studentischen Lehrevaluation verglichen und kommuniziert werden und so Eingang in den Qualitätsentwicklungsprozess finden. Gleiches gilt für externe Evaluierungen, die mit den Arbeitgebern (noch) auf der Basis individueller Kontakte der Studiengangsleiter stattfinden. Zudem holt das Career Service zu jeder Praktikumsgruppe ein individuelles Feedback von den Unternehmensbetreuern zur Leistung der Studierenden ein und bittet bei Treffen mit den Unternehmensberatern um Rückmeldung zur Zufriedenheit mit IUBH Studierenden und Absolventen in Praktikum und Job.

Die Anforderungen hinsichtlich Studiengang, Studienverlauf und Prüfungen sind durch Veröffentlichung auf der Internetpräsenz der IUBH, durch Studiengangsbroschüren sowie durch im Intranet verfügbare Studien- und Prüfungsordnungen und Modulbeschreibungen sicher-

gestellt. Die Studierenden erhalten von den Lehrenden und vom Student Support Service jederzeit Beratung. Die Aktivitäten der IUBH werden überdies im akademischen Jahresbericht der IUBH regelmäßig veröffentlicht.

		Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
<b>5.</b>	<b>Qualitätssicherung</b>			
5.1	Qualitätssicherung und Weiterentwicklung	x		
5.2	Transparenz und Dokumentation	x		

# Qualitätsprofil

**Hochschule:** Internationale Hochschule Bad Honnef, Standort Bad Honnef

**Bachelor-Studiengang:** Online Marketing (B.A.)

Beurteilungskriterien

Bewertungsstufen

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

3.4	Didaktisches Konzept	
3.4.1	Logik und Nachvollziehbarkeit des didaktischen Konzeptes	x
3.4.4	Begleitende Lehrveranstaltungsmaterialien	x
3.5	Berufsbefähigung	x
<b>4.</b>	<b>Ressourcen und Dienstleistungen</b>	
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
<b>5.</b>	<b>Qualitätssicherung</b>	
5.1	Qualitätssicherung und Weiterentwicklung	x
5.2	Transparenz und Dokumentation	x