

Akkreditierungsbericht

Programmakkreditierung – Bündelverfahren

Raster Fassung 02 – 04.03.2020



[► Inhaltsverzeichnis](#)

Hochschule	CBS International Business School
Standorte	Köln / Mainz / Potsdam

Studiengang 01	Marketing Management	
Abschlussbezeichnung	Master of Arts	
Studienform	Präsenz <input checked="" type="checkbox"/>	Fernstudium <input type="checkbox"/>
	Vollzeit <input checked="" type="checkbox"/>	Intensiv <input type="checkbox"/>
	Teilzeit <input type="checkbox"/>	Joint Degree <input type="checkbox"/>
	Dual <input type="checkbox"/>	Kooperation § 19 Studak-VO <input type="checkbox"/>
	Berufs- bzw. ausbildungsbegleitend <input checked="" type="checkbox"/>	Kooperation § 20 Studak-VO <input type="checkbox"/>
Studiendauer (in Semestern)	4 Semester (Vollzeit) / 5 Semester (berufsbegleitend)	
Anzahl der vergebenen ECTS-Punkte	120	
Bei Masterprogrammen:	konsekutiv <input checked="" type="checkbox"/>	weiterbildend <input type="checkbox"/>
Aufnahme des Studienbetriebs am (Datum)	31.08.2020 (Vollzeit) / abhängig von Nachfrage (berufsbegleitend)	
Aufnahmekapazität (Maximale Anzahl der Studienplätze)	25	Pro Semester <input type="checkbox"/> Pro Jahr <input checked="" type="checkbox"/>
Durchschnittliche Anzahl* der Studienanfängerinnen und Studienanfänger	10	Pro Semester <input type="checkbox"/> Pro Jahr <input checked="" type="checkbox"/>
Durchschnittliche Anzahl* der Absolventinnen und Absolventen	10	Pro Semester <input type="checkbox"/> Pro Jahr <input checked="" type="checkbox"/>
* Bezugszeitraum:		

Konzeptakkreditierung	<input checked="" type="checkbox"/>
Erstakkreditierung	<input type="checkbox"/>
Reakkreditierung Nr. (Anzahl)	

Verantwortliche Agentur	Foundation for International Business Administration Accreditation (FIBAA)
Zuständige/r Referent/in	Elisabeth Rosenthal
Akkreditierungsbericht vom	09.10.2020

Studiengang 02	Personal- & Changemanagement		
Abschlussbezeichnung	Master of Arts		
Studienform	Präsenz	<input checked="" type="checkbox"/>	Fernstudium <input type="checkbox"/>
	Vollzeit	<input checked="" type="checkbox"/>	Intensiv <input type="checkbox"/>
	Teilzeit	<input type="checkbox"/>	Joint Degree <input type="checkbox"/>
	Dual	<input type="checkbox"/>	Kooperation § 19 MRVO <input type="checkbox"/>
	Berufs- bzw. ausbildungsbegleitend	<input checked="" type="checkbox"/>	Kooperation § 20 MRVO <input type="checkbox"/>
Studiendauer (in Semestern)	4 Semester (Vollzeit) / 5 Semester (berufsbegleitend)		
Anzahl der vergebenen ECTS-Punkte	120		
Bei Masterprogrammen:	konsekutiv	<input checked="" type="checkbox"/>	weiterbildend <input type="checkbox"/>
Aufnahme des Studienbetriebs am (Datum)	31.08.2020 (Vollzeit) / abhängig von Nachfrage (berufsbegleitend)		
Aufnahmekapazität (Maximale Anzahl der Studienplätze)	25	Pro Semester <input type="checkbox"/>	Pro Jahr <input checked="" type="checkbox"/>
Durchschnittliche Anzahl* der Studienanfängerinnen und Studienanfänger	10	Pro Semester <input type="checkbox"/>	Pro Jahr <input checked="" type="checkbox"/>
Durchschnittliche Anzahl* der Absolventinnen und Absolventen	10	Pro Semester <input type="checkbox"/>	Pro Jahr <input checked="" type="checkbox"/>
* Bezugszeitraum:			
Konzeptakkreditierung	<input checked="" type="checkbox"/>		
Erstakkreditierung	<input type="checkbox"/>		
Reakkreditierung Nr. (Anzahl)			

Studiengang 03	Entrepreneurship & Innovationsmanagement	
Abschlussbezeichnung	Master of Arts	
Studienform	Präsenz <input checked="" type="checkbox"/>	Fernstudium <input type="checkbox"/>
	Vollzeit <input checked="" type="checkbox"/>	Intensiv <input type="checkbox"/>
	Teilzeit <input type="checkbox"/>	Joint Degree <input type="checkbox"/>
	Dual <input type="checkbox"/>	Kooperation § 19 MRVO <input type="checkbox"/>
	Berufs- bzw. ausbildungsbegleitend <input checked="" type="checkbox"/>	Kooperation § 20 MRVO <input type="checkbox"/>
Studiendauer (in Semestern)	4 Semester (Vollzeit) / 5 Semester (berufsbegleitend)	
Anzahl der vergebenen ECTS-Punkte	120	
Bei Masterprogrammen:	konsekutiv <input checked="" type="checkbox"/>	weiterbildend <input type="checkbox"/>
Aufnahme des Studienbetriebs am (Datum)	31.08.2020 (Vollzeit) / abhängig von Nachfrage (berufsbegleitend)	
Aufnahmekapazität (Maximale Anzahl der Studienplätze)	25	Pro Semester <input type="checkbox"/> Pro Jahr <input checked="" type="checkbox"/>
Durchschnittliche Anzahl* der Studienanfängerinnen und Studienanfänger	10	Pro Semester <input type="checkbox"/> Pro Jahr <input checked="" type="checkbox"/>
Durchschnittliche Anzahl* der Absolventinnen und Absolventen	10	Pro Semester <input type="checkbox"/> Pro Jahr <input checked="" type="checkbox"/>
* Bezugszeitraum:		
Konzeptakkreditierung	<input checked="" type="checkbox"/>	
Erstakkreditierung	<input type="checkbox"/>	
Reakkreditierung Nr. (Anzahl)		

Studiengang 04	Management in Familienunternehmen	
Abschlussbezeichnung	Master of Arts	
Studienform	Präsenz <input checked="" type="checkbox"/>	Fernstudium <input type="checkbox"/>
	Vollzeit <input checked="" type="checkbox"/>	Intensiv <input type="checkbox"/>
	Teilzeit <input type="checkbox"/>	Joint Degree <input type="checkbox"/>
	Dual <input type="checkbox"/>	Kooperation § 19 MRVO <input type="checkbox"/>
	Berufs- bzw. ausbildungsbegleitend <input checked="" type="checkbox"/>	Kooperation § 20 MRVO <input type="checkbox"/>
Studiendauer (in Semestern)	4 Semester (Vollzeit) / 5 Semester (berufsbegleitend)	
Anzahl der vergebenen ECTS-Punkte	120	
Bei Masterprogrammen:	konsekutiv <input checked="" type="checkbox"/>	weiterbildend <input type="checkbox"/>
Aufnahme des Studienbetriebs am (Datum)	31.08.2020 (Vollzeit) / abhängig von Nachfrage (berufsbegleitend)	
Aufnahmekapazität (Maximale Anzahl der Studienplätze)	25	Pro Semester <input type="checkbox"/> Pro Jahr <input checked="" type="checkbox"/>
Durchschnittliche Anzahl* der Studienanfängerinnen und Studienanfänger	10	Pro Semester <input type="checkbox"/> Pro Jahr <input checked="" type="checkbox"/>
Durchschnittliche Anzahl* der Absolventinnen und Absolventen	10	Pro Semester <input type="checkbox"/> Pro Jahr <input checked="" type="checkbox"/>
* Bezugszeitraum:		
Konzeptakkreditierung	<input checked="" type="checkbox"/>	
Erstakkreditierung	<input type="checkbox"/>	
Reakkreditierung Nr. (Anzahl)		

Studiengang 05	Business Psychology & Management	
Abschlussbezeichnung	Master of Science	
Studienform	Präsenz <input checked="" type="checkbox"/>	Fernstudium <input type="checkbox"/>
	Vollzeit <input checked="" type="checkbox"/>	Intensiv <input type="checkbox"/>
	Teilzeit <input type="checkbox"/>	Joint Degree <input type="checkbox"/>
	Dual <input type="checkbox"/>	Kooperation § 19 MRVO <input type="checkbox"/>
	Berufs- bzw. ausbildungsbegleitend <input checked="" type="checkbox"/>	Kooperation § 20 MRVO <input type="checkbox"/>
Studiendauer (in Semestern)	4 Semester (Vollzeit) / 5 Semester (berufsbegleitend)	
Anzahl der vergebenen ECTS-Punkte	120	
Bei Masterprogrammen:	konsekutiv <input checked="" type="checkbox"/>	weiterbildend <input type="checkbox"/>
Aufnahme des Studienbetriebs am (Datum)	31.08.2020 (Vollzeit) / abhängig von Nachfrage (berufsbegleitend)	
Aufnahmekapazität (Maximale Anzahl der Studienplätze)	25	Pro Semester <input type="checkbox"/> Pro Jahr <input checked="" type="checkbox"/>
Durchschnittliche Anzahl* der Studienanfängerinnen und Studienanfänger	10	Pro Semester <input type="checkbox"/> Pro Jahr <input checked="" type="checkbox"/>
Durchschnittliche Anzahl* der Absolventinnen und Absolventen	10	Pro Semester <input type="checkbox"/> Pro Jahr <input checked="" type="checkbox"/>
* Bezugszeitraum:		
Konzeptakkreditierung	<input checked="" type="checkbox"/>	
Erstakkreditierung	<input type="checkbox"/>	
Reakkreditierung Nr. (Anzahl)		

Inhalt

<i>Ergebnisse auf einen Blick</i>	8
Studiengang 01: Marketing Management (M.A.).....	8
Studiengang 02: Personal- & Changemanagement.....	9
Studiengang 03: Entrepreneurship & Innovationsmanagement (M.A.).....	10
Studiengang 04: Management in Familienunternehmen (M.A.).....	11
Studiengang 05: Business Psychology & Management (M.Sc.)	12
<i>Kurzprofil des Studiengangs</i>	13
Studiengang 01: Marketing Management (M.A.).....	13
Studiengang 02: Personal- & Changemanagement.....	14
Studiengang 03: Entrepreneurship & Innovationsmanagement (M.A.).....	14
Studiengang 04: Management in Familienunternehmen (M.A.).....	15
Studiengang 05: Business Psychology & Management (M.Sc.)	15
<i>Zusammenfassende Qualitätsbewertung des Gutachtergremiums</i>	17
Für alle Studiengänge:	17
Studiengang 01: Marketing Management (M.A.).....	17
Studiengang 02: Personal- & Changemanagement.....	18
Studiengang 03: Entrepreneurship & Innovationsmanagement (M.A.).....	18
Studiengang 04: Management in Familienunternehmen (M.A.).....	18
Studiengang 05: Business Psychology & Management (M.Sc.)	19
1 Prüfbericht: Erfüllung der formalen Kriterien	20
<i>Studienstruktur und Studiendauer (§ 3 StudakVO)</i>	20
<i>Studiengangsprofile (§ 4 StudakVO)</i>	20
<i>Zugangsvoraussetzungen und Übergänge zwischen Studienangeboten (§ 5 StudakVO)</i>	21
<i>Abschlüsse und Abschlussbezeichnungen (§ 6 StudakVO)</i>	23
<i>Modularisierung (§ 7 StudakVO)</i>	24
<i>Leistungspunktesystem (§ 8 StudakVO)</i>	24
<i>Anerkennung und Anrechnung (Art. 2 Abs. 2 StAkkrStV)</i>	25
2 Gutachten: Erfüllung der fachlich-inhaltlichen Kriterien	27
2.1 <i>Schwerpunkte der Bewertung / Fokus der Qualitätsentwicklung</i>	27
2.2 <i>Erfüllung der fachlich-inhaltlichen Kriterien</i>	27
Qualifikationsziele und Abschlussniveau (§ 11 StudakVO)	27
Schlüssiges Studiengangskonzept und adäquate Umsetzung (§ 12 StudakVO)	35
Curriculum (§ 12 Abs. 1 Sätze 1 bis 3 und 5 StudakVO)	35
Mobilität (§ 12 Abs. 1 Satz 4 StudakVO).....	53

Personelle Ausstattung (§ 12 Abs. 2 StudakVO)	54
Ressourcenausstattung (§ 12 Abs. 3 StudakVO).....	57
Prüfungssystem (§ 12 Abs. 4 StudakVO).....	63
Studierbarkeit (§ 12 Abs. 5 StudakVO)	65
Besonderer Profilanspruch (§ 12 Abs. 6 StudakVO).....	66
Fachlich-Inhaltliche Gestaltung der Studiengänge (§ 13 StudakVO).....	67
Aktualität der fachlichen und wissenschaftlichen Anforderungen (§ 13 Abs. 1 StudakVO).....	67
Studienerfolg (§ 14 StudakVO).....	68
Geschlechtergerechtigkeit und Nachteilsausgleich (§ 15 StudakVO).....	70
3 Begutachtungsverfahren	72
3.1 <i>Allgemeine Hinweise</i>	72
3.2 <i>Rechtliche Grundlagen</i>	72
3.3 <i>Gutachtergremium</i>	72
4 Datenblatt	74
4.1 <i>Daten zum Studiengang</i>	74
4.2 <i>Daten zur Akkreditierung</i>	74
5 Glossar	75

Ergebnisse auf einen Blick

Studiengang 01: Marketing Management (M.A.)

Entscheidungsvorschlag der Agentur zur Erfüllung der formalen Kriterien gemäß Prüfbericht (Ziffer 1)

Die formalen Kriterien sind

- erfüllt
- nicht erfüllt

Entscheidungsvorschlag des Gutachtergremiums zur Erfüllung der fachlich-inhaltlichen Kriterien gemäß Gutachten (Ziffer 2)

Die fachlich-inhaltlichen Kriterien sind

- erfüllt
- nicht erfüllt

Studiengang 02: Personal- & Changemanagement (M.A.)

Entscheidungsvorschlag der Agentur zur Erfüllung der formalen Kriterien gemäß Prüfbericht (Ziffer 1)

Die formalen Kriterien sind

- erfüllt
- nicht erfüllt

Entscheidungsvorschlag des Gutachtergremiums zur Erfüllung der fachlich-inhaltlichen Kriterien gemäß Gutachten (Ziffer 2)

Die fachlich-inhaltlichen Kriterien sind

- erfüllt
- nicht erfüllt

Studiengang 03: Entrepreneurship & Innovationsmanagement (M.A.)

Entscheidungsvorschlag der Agentur zur Erfüllung der formalen Kriterien gemäß Prüfbericht (Ziffer 1)

Die formalen Kriterien sind

erfüllt

nicht erfüllt

Entscheidungsvorschlag des Gutachtergremiums zur Erfüllung der fachlich-inhaltlichen Kriterien gemäß Gutachten (Ziffer 2)

Die fachlich-inhaltlichen Kriterien sind

erfüllt

nicht erfüllt

Studiengang 04: Management in Familienunternehmen (M.A.)

Entscheidungsvorschlag der Agentur zur Erfüllung der formalen Kriterien gemäß Prüfbericht (Ziffer 1)

Die formalen Kriterien sind

- erfüllt
- nicht erfüllt

Entscheidungsvorschlag des Gutachtergremiums zur Erfüllung der fachlich-inhaltlichen Kriterien gemäß Gutachten (Ziffer 2)

Die fachlich-inhaltlichen Kriterien sind

- erfüllt
- nicht erfüllt

Studiengang 05: Business Psychology & Management (M.Sc.)

Entscheidungsvorschlag der Agentur zur Erfüllung der formalen Kriterien gemäß Prüfbericht (Ziffer 1)

Die formalen Kriterien sind

- erfüllt
- nicht erfüllt

Entscheidungsvorschlag des Gutachtergremiums zur Erfüllung der fachlich-inhaltlichen Kriterien gemäß Gutachten (Ziffer 2)

Die fachlich-inhaltlichen Kriterien sind

- erfüllt
- nicht erfüllt

Kurzprofil des Studiengangs

Studiengang 01: Marketing Management (M.A.)

Die CBS International Business School (CBS) ist eine Wirtschaftsfachhochschule und hat sich gemäß den Angaben im Selbstbericht dem Leitbild verpflichtet, sowohl Studierende durch wissenschaftliche Lehre und hohen Praxisbezug optimal auf den Einstieg in den nationalen sowie internationalen Arbeitsmarkt vorzubereiten, als auch durch forschungsbasierte Weiterbildungen Karrieren von bereits Berufstätigen zu fördern. Die typischen CBS-Studieninhalte umfassen neben wirtschaftswissenschaftlich-analytischen Lehrveranstaltungen Module aus dem Bereich Personal Skills sowie Fremdsprachentraining und bieten einen breiten Fächerkanon von Spezialisierungsmöglichkeiten in vorwiegend wirtschaftlichen Fachgebieten an. Grundsätzlich wenden sich die Studienangebote an Studienbewerber¹, die sich in betriebswirtschaftlichen Studiengängen mit internationalem Fokus immatrikulieren möchten und dabei auf die im Leitbild genannten Charakteristika besonderen Wert legen. Die CBS verfügt derzeit über die Fachbereiche International Business, Wirtschaftspsychologie sowie General Management. Der Studiengang Marketing Management ist dem Fachbereich General Management zugeordnet.

Der konsekutive Masterstudiengang Marketing Management (M.A.) ist ein deutschsprachiger, weiterführender Masterstudiengang mit 120 ECTS-Leistungspunkten, der auf eine berufliche Tätigkeit in nationalen wie in international aufgestellten Unternehmen vorbereiten soll. Er soll sowohl in einer Vollzeit- als auch in einer berufsbegleitenden Variante angeboten werden. Der Studiengang kombiniert gemäß den Angaben im Selbstbericht ein betriebswirtschaftliches Studium mit starkem Fokus auf das Marketing. Er vereint die grundlegenden Fachdisziplinen des Managements und vermittelt zusätzlich spezialisiertes Fachwissen zum Marketing, wodurch die Absolventen sich zu hoch qualifizierten Experten in diesem Bereich entwickeln sollen. Zielsetzung ist die Vermittlung einer wissenschaftlich fundierten und zugleich praxisorientierten Qualifizierung für Managementpositionen durch die Vertiefung und Erweiterung von Fach- und Methodenkompetenz und die Befähigung für die Übernahme leitender Positionen in internationalen Organisationszusammenhängen. Der Studiengang ist konsekutiv entwickelt und baut auf einem ersten akademischen Abschluss aus dem wirtschaftswissenschaftlichen Bereich auf. Er erweitert und vertieft die dort erworbenen Kenntnisse und Fähigkeiten. Zielgruppe sind Absolventen, die sich nach der Grundausbildung vertieft und wissenschaftlich weiterqualifizieren wollen. Absolventen des Studiengangs qualifizieren sich nach dem Studium z.B. für Fach- oder Führungspositionen als Marketing-Manager, als Key Account Manager, als Vertriebsmitarbeiter oder als Marketingspezialist. Ebenso sind eine weitere akademische Laufbahn oder eine Promotion möglich.

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

Studiengang 02: Personal- & Changemanagement (M.A.)

Der Studiengang Personal- & Changemanagement ist dem Fachbereich General Management zugeordnet. Er ist ein deutschsprachiger, weiterführender Masterstudiengang mit 120 ECTS-Leistungspunkten, der auf eine berufliche Tätigkeit in nationalen wie in international aufgestellten Unternehmen vorbereiten soll. Er soll sowohl in einer Vollzeit- als auch in einer berufsbegleitenden Variante angeboten werden. Der Masterstudiengang kombiniert gemäß den Angaben im Selbstbericht ein betriebswirtschaftliches Studium mit starkem Fokus auf das Personal- sowie Changemanagement. Er vereint die grundlegenden Fachdisziplinen des Managements und vermittelt zusätzlich spezialisiertes Fachwissen zu Personal- und v.a. Change und Transformationsaspekten, wodurch die Absolventen sich zu hoch qualifizierten Experten in diesem Bereich entwickeln sollen. Zielsetzung ist die Vermittlung einer wissenschaftlich fundierten und zugleich praxisorientierten Qualifizierung für Managementpositionen durch die Vertiefung und Erweiterung von Fach- und Methodenkompetenz und die Befähigung für die Übernahme leitender Positionen in nationalen wie internationalen Organisationszusammenhängen. Der Studiengang ist konsekutiv entwickelt und baut auf einem ersten akademischen Abschluss aus dem wirtschaftswissenschaftlichen Bereich auf. Er erweitert und vertieft die dort erworbenen Kenntnisse und Fähigkeiten. Zielgruppe sind Absolventen, die sich nach der Grundausbildung vertieft und wissenschaftlich weiterqualifizieren wollen. Absolventen des Masterstudiengangs qualifizieren sich nach dem Studium z.B. für Fach- oder Führungspositionen als HR oder Change Manager, im strategischen Management sowie als Unternehmensberater. Ebenso sind eine weitere akademische Laufbahn oder eine Promotion möglich.

Studiengang 03: Entrepreneurship & Innovationsmanagement (M.A.)

Der Studiengang Entrepreneurship & Innovationsmanagement ist dem Fachbereich General Management zugeordnet. Er ist ein deutschsprachiger, weiterführender Masterstudiengang mit 120 ECTS-Leistungspunkten, der auf eine berufliche Tätigkeit in nationalen aufgestellten Unternehmen vorbereiten soll. Er soll sowohl in einer Vollzeit- als auch in einer berufsbegleitenden Variante angeboten werden. Der Studiengang kombiniert gemäß den Angaben des Selbstberichts ein betriebswirtschaftliches Studium mit starkem Fokus auf Unternehmensgründungen sowie auf das Innovationsmanagement. Er vereint die grundlegenden Fachdisziplinen des Managements und vermittelt zusätzlich spezialisiertes Fachwissen zu Unternehmensgründungen sowie Innovationsaspekten, wodurch die Absolventen sich zu hoch qualifizierten Experten in diesem Bereich entwickeln sollen. Zielsetzung ist die Vermittlung einer wissenschaftlich fundierten und zugleich praxisorientierten Qualifizierung für Managementpositionen durch die Vertiefung und Erweiterung von Fach- und Methodenkompetenz und die Befähigung für die Übernahme leitender Positionen in internationalen Organisationszusammenhängen. Der Studien-

gang ist konsekutiv entwickelt und baut auf einem ersten akademischen Abschluss aus dem wirtschaftswissenschaftlichen Bereich auf. Er erweitert und vertieft die dort erworbenen Kenntnisse und Fähigkeiten. Zielgruppe sind Absolventen, die sich nach dem Erststudium vertieft und wissenschaftlich weiterqualifizieren wollen. Absolventen des Masterstudiengangs qualifizieren sich nach dem Studium z.B. für Fach- oder Führungspositionen in Start-ups, als Projekt- oder Innovationsmanager in Unternehmen, als Chef im eigenen Unternehmen oder Geschäftsführer in mittelständischen Unternehmen sowie in der Nachfolge bestehender Familienbetriebe. Ebenso sind eine weitere akademische Laufbahn oder eine Promotion möglich.

Studiengang 04: Management in Familienunternehmen (M.A.)

Der Studiengang Management in Familienunternehmen (M.A.) ist dem Fachbereich General Management zugeordnet. Er ist ein deutschsprachiger, weiterführender Masterstudiengang mit 120 ECTS-Leistungspunkten, der auf eine berufliche Tätigkeit in Familienunternehmen bzw. in KMUs vorbereiten soll. Er soll sowohl in einer Vollzeit- als auch in einer berufsbegleitenden Variante angeboten werden. Der Studiengang kombiniert gemäß den Angaben im Selbstbericht ein betriebswirtschaftliches Studium mit starkem Fokus auf die Nachfolge in Familienunternehmen. Er vereint die grundlegenden Fachdisziplinen des Managements und vermittelt zusätzlich spezialisiertes Fachwissen zur Nachfolge eines Familienunternehmens, wodurch die Absolventen sich zu hoch qualifizierten Experten in diesem Bereich entwickeln sollen. Zielsetzung ist die Vermittlung einer wissenschaftlich fundierten und zugleich praxisorientierten Qualifizierung für Managementpositionen durch die Vertiefung und Erweiterung von Fach- und Methodenkompetenz und die Befähigung für die Übernahme leitender Positionen in nationalen wie internationalen Organisationszusammenhängen. Der Studiengang ist konsekutiv entwickelt und baut auf einem ersten akademischen Abschluss aus dem wirtschaftswissenschaftlichen Bereich auf. Er erweitert und vertieft die dort erworbenen Kenntnisse und Fähigkeiten. Zielgruppe sind Absolventen, die sich nach dem Erststudium vertieft und wissenschaftlich weiterqualifizieren wollen. Absolventen des Masterstudiengangs qualifizieren sich nach dem Studium für Fach- oder Führungspositionen in Familienunternehmen, als Berater oder der Geschäftsführung kleiner und mittlerer Unternehmen. Ebenso sind eine weitere akademische Laufbahn oder eine Promotion möglich.

Studiengang 05: Business Psychology & Management (M.Sc.)

Der Studiengang Business Psychology & Management (M.Sc.) ist dem Fachbereich Wirtschaftspsychologie zugeordnet. Er ist ein englischsprachiger, weiterführender Masterstudiengang mit 120 ECTS-Leistungspunkten, der auf eine berufliche Tätigkeit in international aufge-

stellten Unternehmen vorbereiten soll. Er soll sowohl in einer Vollzeit- als auch in einer berufsbegleitenden Variante angeboten werden. Der Studiengang kombiniert gemäß den Angaben im Selbstbericht ein betriebswirtschaftliches Studium mit weiterführenden wirtschaftspsychologischen Vertiefungen. Er vereint die grundlegenden Fachdisziplinen des Managements und der Wirtschaftspsychologie, wodurch die Absolventen sich zu hoch qualifizierten Experten in diesem Bereich entwickeln sollen. Zielsetzung ist die Vermittlung einer wissenschaftlich fundierten und zugleich praxisorientierten Qualifizierung für Managementpositionen durch die Vertiefung und Erweiterung von Fach- und Methodenkompetenz und die Befähigung für die Übernahme leitender Positionen in internationalen Organisationszusammenhängen. Der Studiengang ist konsekutiv entwickelt und baut auf einem ersten akademischen Abschluss aus dem wirtschaftswissenschaftlichen und / oder psychologischen Bereich auf. Er erweitert und vertieft die dort erworbenen Kenntnisse und Fähigkeiten. Zielgruppe sind Absolventen, die sich nach dem Erststudium vertieft und wissenschaftlich weiterqualifizieren wollen. Absolventen des Masterstudiengangs qualifizieren sich nach dem Studium z.B. für Fach- oder Führungspositionen in der Markt- und Konsumentenforschung, in der Werbung und im Marketing, im Vertrieb, in den Medien, in der Arbeits- und Organisationspsychologie, in der internationalen Organisationsplanung und -entwicklung sowie im HR Management. Ebenso sind eine weitere akademische Laufbahn oder eine Promotion möglich.

Zusammenfassende Qualitätsbewertung des Gutachtergremiums

Für alle Studiengänge:

Das Gutachtergremium bewertet die personelle sowie die Ressourcenausstattung und Räumlichkeiten an den Standorten als positiv. An den Standorten Köln und Mainz werden bereits andere Studienangebote durchgeführt, daher konnte das Gutachtergremium hier auf Erfahrungswerte zurückgreifen. Der Standort Potsdam befindet sich diesbezüglich noch im Aufbau. Dem Gutachtergremium wurden jedoch die personellen und räumlichen Planungen vorgelegt. Es erachtet diese als angemessen, um den Studienbetrieb sicherzustellen. Nichtsdestotrotz regt es an, die Ausstattung am Standort Potsdam bei der Re-Akkreditierungen zu überprüfen, um zu sehen wie die Planungen umgesetzt worden sind.

Die Qualifikationsziele und angestrebten Lernergebnisse der Studiengänge entsprechen dem Abschlussniveau und stellen sicher, dass die angestrebte Berufsbefähigung in den jeweiligen Fachdisziplinen erreicht werden kann.

Als besonders positiv erachtet das Gutachtergremium die praxisorientierte Gestaltung der Studiengänge, die einen Mehrwert für die künftige Employability bietet. Dennoch könnte aus seiner Sicht die Vermittlung grundlegender Modelle und Theorien und die damit verbundene wissenschaftliche Reflexion verstärkt werden.

Die Studiengänge werden ebenfalls in einer berufsbegleitenden Variante durchgeführt. Das Studiengangskonzept ist in diesen Fällen so gestaltet, dass es durch die Organisation der Präsenzzeiten eine parallele Berufstätigkeit ermöglicht.

Studiengang 01: Marketing Management (M.A.)

Der Gesamteindruck des Gutachtergremiums hinsichtlich des Studiengangs ist positiv. In den Gesprächen im Rahmen der Begutachtung vor Ort konnte es sich einen vertieften Eindruck darüber verschaffen, welche Inhalte und Qualifikationsziele vermittelt werden und dass diese dem angestrebten Masterniveau entsprechen sowie den aktuellen Anforderungen an die Berufstätigkeit gerecht werden. Die Kompetenzen der Bereiche Management und Marketing sind ausgewogen verteilt und rechtfertigen die Wahl des Abschlussgrads und der Abschlussbezeichnung. Mit den im Curriculum vermittelten Inhalten sieht es das Gutachtergremium als hinreichend an, dass die Absolventen einer qualifizierten Erwerbstätigkeit nachgehen können.

Studiengang 02: Personal- & Changemanagement (M.A.)

Der Gesamteindruck des Gutachtergremiums hinsichtlich des Studiengangs ist positiv. In den Gesprächen im Rahmen der Begutachtung vor Ort konnte es sich einen vertieften Eindruck darüber verschaffen, welche Inhalte und Qualifikationsziele vermittelt werden und dass diese dem angestrebten Masterniveau entsprechen sowie den aktuellen Anforderungen an die Berufstätigkeit gerecht werden. Die Kompetenzen der Bereiche Personal- und Changemanagement sind nach Einschätzung des Gutachtergremiums ausgewogen verteilt und rechtfertigen die Wahl des Abschlussgrads und der Abschlussbezeichnung. Seiner Ansicht nach legt die Hochschule einen Fokus auf allgemeinere Themen des Personal- und Changemanagements. Es würde dennoch einen zusätzlichen Mehrwert für die Studierenden geben, wenn ein Schwerpunkt auf fachspezifischeren Themen gelegt würde.

Studiengang 03: Entrepreneurship & Innovationsmanagement (M.A.)

Der Gesamteindruck des Gutachtergremiums hinsichtlich des Studiengangs ist positiv. In den Gesprächen im Rahmen der Begutachtung vor Ort konnte es sich einen vertieften Eindruck darüber verschaffen, welche Inhalte und Qualifikationsziele vermittelt werden und dass diese dem angestrebten Masterniveau entsprechen sowie den aktuellen Anforderungen an die Berufstätigkeit gerecht werden. Die Kompetenzen der Bereiche Innovationsmanagement und Entrepreneurship sind ausgewogen verteilt und rechtfertigen die Wahl des Abschlussgrads und der Abschlussbezeichnung. Das Gutachtergremium begrüßt insbesondere, dass die Hochschule im Rahmen des Verfahrens den Bereich Innovationsmanagement weiter verstärkt hat, um beide Bereiche ausgewogen im Curriculum abzubilden.

Studiengang 04: Management in Familienunternehmen (M.A.)

Der Gesamteindruck des Gutachtergremiums hinsichtlich des Studiengangs ist positiv. In den Gesprächen im Rahmen der Begutachtung vor Ort konnte es sich einen vertieften Eindruck darüber verschaffen, welche Inhalte und Qualifikationsziele vermittelt werden und dass diese dem angestrebten Masterniveau entsprechen sowie den aktuellen Anforderungen an die Berufstätigkeit gerecht werden. Das Gutachtergremium begrüßt insbesondere, dass die Studiengangsbezeichnung im Rahmen des Verfahrens angepasst wurde, um die zu vermittelnden Inhalte noch besser abbilden zu können. Die Bezeichnung des Studiengangs lautete zum Zeitpunkt der Begehung „Management und Nachfolge von Familienunternehmen“. Das Thema „Nachfolge“ war jedoch nicht ausreichend im Curriculum enthalten, um eine entsprechende Schwerpunktsetzung durch die Studiengangsbezeichnung zu rechtfertigen.

Studiengang 05: Business Psychology & Management (M.Sc.)

Der Gesamteindruck des Gutachtergremiums hinsichtlich des Studiengangs ist positiv. In den Gesprächen im Rahmen der Begutachtung vor Ort konnte es sich einen vertieften Eindruck darüber verschaffen, welche Inhalte und Qualifikationsziele vermittelt werden und dass diese dem angestrebten Masterniveau entsprechen sowie den aktuellen Anforderungen an die Berufstätigkeit gerecht werden. Die Kompetenzen der Bereiche Management und Psychologie sind nach Einschätzung des Gutachtergremiums grundsätzlich ausgewogen verteilt und rechtfertigen die Wahl der Abschlussbezeichnung und des Abschlussgrads „Master of Science“. Das Gutachtergremium regt jedoch an, Fachbereiche wie „Consumer Psychologie“ ebenfalls in das Curriculum zu integrieren, um die Psychologieanteile noch weiter zu erhöhen.

1 Prüfbericht: Erfüllung der formalen Kriterien

(gemäß Art. 2 Abs. 2 StAkkStV und §§ 3 bis 8 und § 24 Abs. 3 StudakVO)

Studienstruktur und Studiendauer ([§ 3 StudakVO](#))

Sachstand/Bewertung

Für alle Studiengänge:

Die konsekutiven Masterstudiengänge bauen auf einem ersten wirtschaftswissenschaftlichen Abschluss auf und umfassen 120 ECTS-Leistungspunkte. Die Studiengänge werden sowohl in einer Vollzeit- als auch in einer berufsbegleitenden Variante angeboten. Die Regelstudienzeit beträgt je nach Variante 4 bzw. 5 Semester.

Die Studiengänge werden in deutscher Sprache durchgeführt. Eine Ausnahme bildet lediglich der Studiengang Business Psychology & Management (M.Sc.), der in englischer Sprache absolviert wird.

Entscheidungsvorschlag

Kriterium ist erfüllt.

Studiengangsprofile ([§ 4 StudakVO](#))

Sachstand/Bewertung

Die Masterstudiengänge der CBS sind stärker anwendungsorientiert ausgerichtet. Im Masterstudium sollen sowohl studiengangsspezifisches Fachwissen in Verbindung mit theoretischen Erkenntnissen als auch berufsfeldspezifische Schlüsselqualifikationen vermittelt werden. Die Lehrinhalte und Veranstaltungsformen des jeweiligen Masterstudiengangs dienen dem Ziel, neben dem fundierten Fachwissen und der Kenntnis unterschiedlicher wissenschaftlicher Lehrmeinungen praxisbezogene Problemstellungen zu erkennen und zu lösen. Im Curriculum sind berufsrelevante Schwerpunkte bei der Vermittlung des fachspezifischen Wissens vorgesehen. Konkrete Problemstellungen für Seminararbeiten und Hausarbeiten wählen die Studierenden der berufsbegleitenden Variante darüber hinaus ebenfalls aus dem Arbeitsumfeld. Hinzu kommen ein Business Projekt, Fallstudien, Projektarbeiten, Planspiele sowie Fragestellungen aus Berufsfeld und Unternehmenspraxis. Auf diese Weise sollen die Studierenden während des gesamten Studiums einen intensiven und kontinuierlichen anwendungsbezogenen Erkenntnisprozess durchlaufen. Darüber hinaus ist vorgesehen, dass sich die Masterarbeit an praktischen Problemen aus der Unternehmenswelt orientiert. Insbesondere die Durchführung der Masterarbeit in Kooperation mit Unternehmen wird von der Hochschule erwünscht und unterstützt. Entsprechend den Studienzielen wird die Lehre im Wesentlichen von Lehrenden getragen, die neben ihrer wissenschaftlichen Qualifikation über einschlägige Erfahrung in der berufspraktischen Anwendung wissenschaftlicher Erkenntnisse und Methoden verfügen. Dies gilt sowohl für die im Masterprogramm eingesetzten hauptberuflichen Professoren der CBS als auch für alle im Pro-

gramm mitwirkenden Lehrbeauftragten. Die Lehrenden haben alle außerhalb des Hochschulbereichs mehrere Jahre in der Unternehmenspraxis gearbeitet.

Die Studierenden sollen im Rahmen der Masterthesis relevante Sachverhalte analysieren und mit Fragestellungen verbinden, systematisieren und kritisch hinterfragen. Weiter fördert die Erstellung der Masterthesis die Fähigkeit, komplexe Sachverhalte und Argumentationsketten in klarer Art zu strukturieren und zu artikulieren.

Im Studienverlaufsplan ist die Erstellung der Masterthesis im abschließenden Studiensemester vorgesehen und umfasst ca. 20.000 Wörter. Die Zeit von der Vergabe des Themas bis zur Abgabe der Masterthesis beträgt vier Monate in der Vollzeit- und fünf Monate in der berufsbegleitenden Variante. Aufbauend auf dem in den vorherigen Semestern erworbenen Fachwissen und den erlernten Methodenkompetenzen sollen die Studierenden die selbstständige wissenschaftliche Bearbeitung eines begrenzten Spezialthemas in einem Fachgebiet durchführen. Gegenstand der Thesis soll es sein, unter Anleitung des betreuenden Professors wissenschaftliche Fragestellungen zu entwickeln und zu lösen, die in ihrer spezifischen Ausprägung neu und damit noch nicht beantwortet worden sind.

Entscheidungsvorschlag

Kriterium ist erfüllt.

Zugangsvoraussetzungen und Übergänge zwischen Studienangeboten ([§ 5 StudakVO](#))

Sachstand/Bewertung

Die Zugangsvoraussetzungen sind in der „Studien- und Prüfungsordnung für Master-Studiengänge der CBS International Business School“ sowie in der „Zulassungsordnung für die Master-Studiengänge der CBS International Business School“ definiert. So ist gemäß § 2 der Zulassungsordnung ein erster akademischer Abschluss mit einer in der Regel wirtschaftswissenschaftlichen Ausrichtung erforderlich. Der erste akademische Abschluss muss mindestens 180 ECTS-Leistungspunkte umfassen, wovon mindestens 60 ECTS-Leistungspunkte wirtschaftswissenschaftliche bzw. fachspezifische Inhalte aufweisen müssen. Bewerber, deren Erststudium nicht ausreichend wirtschaftswissenschaftliche Schwerpunkte aufweisen, können fehlende ECTS-Leistungspunkte im Vorsemester oder im Vorbereitungskurs erwerben. Das 14-wöchige Vorsemester (30 ECTS-Leistungspunkte) besteht aus folgenden Modulen: „Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre“ (sechs ECTS-Leistungspunkte), „Einführung VWL“ (sechs ECTS-Leistungspunkte), „Wirtschaftsrecht“ (drei ECTS-Leistungspunkte), „Personalmanagement“ (drei ECTS-Leistungspunkte), „Marketingmanagement“ (drei ECTS-Leistungspunkte), „Beschaffung und Logistik“ (drei ECTS-Leistungspunkte) sowie „Mathematik und Statistik“ (sechs ECTS-Leistungspunkte).

Für den englischsprachigen Studiengang Business Psychology & Management (M.Sc.) sind jeweils Englischkenntnisse mit der Niveaustufe „TOEFL („Test of English as a Foreign Language“) (ibT 92) or equivalent“ erforderlich. Das Testergebnis darf nicht älter als zwei Jahre sein. Für die deutschsprachigen Masterstudiengänge sind Englischkenntnisse mit der Niveaustufe „TOEFL (ibT 83) or equivalent“ erforderlich. Ausländische Studienbewerber nicht-deutscher Muttersprache müssen Kenntnisse auf dem Niveau der DSH-Prüfung ("Deutsche Sprachprüfung für den Hochschulzugang") Stufe 2 oder vergleichbar nachweisen.

Neben dem oben genannten TOEFL kann die Englischkompetenz auch auf alternativen Wegen anerkannt werden. Folgende Alternativen sind möglich:

- Der Kandidat spricht Englisch als Muttersprache, oder
- der Kandidat hat seinen ersten akademischen Abschluss in englischer Sprache absolviert, oder
- der Kandidat hat mindestens ein Semester im englischsprachigen Ausland studiert, oder
- der Kandidat hat berufsbedingt (beispielsweise im Rahmen eines Praktikums) mindestens ein halbes Jahr im englischsprachigen Ausland verbracht, oder
- der Kandidat hat einen anderen Englischtest als den TOEFL (beispielsweise IELTS, APIEL o.ä.) mit einem den oben genannten Niveaustufen vergleichbaren Ergebnis erfolgreich abgeschlossen (die Testergebnisse dürfen nicht älter als zwei Jahre sein), oder
- der Kandidat hat den CBS-eigenen Englischtest erfolgreich absolviert.

Die Deutschkompetenz kann auch entsprechend der oben aufgeführten Alternativen nachgewiesen werden.

Wenn der Bewerber die beschriebenen Voraussetzungen erfüllt und die Abschlussnote im ersten akademischen Abschluss nicht mit mindestens „gut“ erreicht worden ist, nimmt er an einem Auswahlverfahren teil. Dieses besteht aus der Bearbeitung einer studiengangsspezifischen Fallstudie und einem Interview:

- Im Rahmen der studiengangsspezifischen Fallstudie hält der Bewerber einen etwa 15-minütigen Kurzvortrag, in dem er seine fachliche Eignung, Präsentationsfähigkeiten sowie – in einer sich anschließenden etwa 5-minütigen Fragerunde – Diskussionskompetenz unter Beweis stellen soll.
- In einem (etwa 20-minütigen) persönlichen Interview wird der Kandidat hinsichtlich seiner persönlichen Reife, Fachkompetenz und Motivation befragt. Das Interview erfolgt in halbstrukturierter Form unter Zuhilfenahme eines Standard-Bewertungsbogens.

Die Ergebnisse des Auswahlverfahrens werden auf einem Auswertungsbogen festgehalten und dem Admissions Committee zur Begutachtung vorgelegt. Das Admissions Committee bewertet

sowohl die Bewerbungsunterlagen als auch die Ergebnisse des Auswahlverfahrens des Bewerbers.

Im Falle von Absolventen von Bachelorprogrammen der CBS und der Europäischen Fachhochschule (EUFH) Brühl wird das oben beschriebene Auswahlverfahren wie folgt verkürzt: Es ist

- der Nachweis von Englischkenntnissen,
- die Prüfung der Qualität des ersten akademischen Abschlusses,
- die Überprüfung von Präsentations- und Diskussionskompetenzen im Rahmen der Studiengangsspezifischen Fallstudie,
- die Überprüfung von persönlicher Reife und Motivation im Rahmen des persönlichen Interviews in der Regel – es sei denn, der fachlich zuständige Dekan hat hier Zweifel –

bei diesen Kandidaten nicht erforderlich. Die bereits im Hause der CBS und EUFH Brühl vorliegenden Nachweise ersetzen die für externe Kandidaten vorgesehenen Prüfungen in diesen Fällen vollumfänglich.

Entscheidungsvorschlag

Kriterium ist erfüllt.

Abschlüsse und Abschlussbezeichnungen ([§ 6 StudakVO](#))

Sachstand/Bewertung

Der Abschlussgrad richtet sich nach der inhaltlichen Ausrichtung. In den Studiengängen **Marketing Management, Personal- & Changemanagement, Entrepreneurship & Innovationsmanagement** sowie **Management in Familienunternehmen** überwiegen gemäß den Angaben im Selbstbericht die qualitativen Inhalte, daher ist für diese Masterstudiengänge der Abschlussgrad „Master of Arts“ vorgesehen.

Im Masterstudiengang **Business Psychology & Management** überwiegen nach Angaben des Selbstberichts die quantitativen Inhalte, daher ist für diesen Studiengang der Abschlussgrad „Master of Science“ vorgesehen.

Das Diploma Supplement erteilt Auskunft über das dem Abschluss zugrunde liegende Studium im Einzelnen.

Entscheidungsvorschlag

Kriterium ist erfüllt.

Modularisierung ([§ 7 StudakVO](#))

Sachstand/Bewertung

Die vier deutschsprachigen Masterstudiengänge (01 – 04) umfassen insgesamt 20 Module, der englischsprachige Masterstudiengang (05) umfasst insgesamt 22 Module. Alle Module erstrecken sich auf ein Semester. Lediglich das Modul „Masterthesis“ erstreckt sich über zwei Semester.

Im Regelfall beträgt die Modulgröße bei den Modulen des Kerncurriculums sechs ECTS-Leistungspunkte (12 bzw. 11 Module). Die Module aus dem Bereich Sprachen und Soft-Skills nehmen eine Sonderstellung bei der Modulverteilung ein. Diese Module haben eine geringere Modulgröße als fünf ECTS-Leistungspunkte (je zwei ECTS-Leistungspunkte). Dies ist nach Angaben der Hochschule vor allem dem Umstand geschuldet, dass der Arbeitsaufwand geringer eingeschätzt wird und diese Module zum besseren Kompetenzerwerb durchgängig jedes Semester angeboten werden. Die Sprachkompetenz soll bis zum 3. Semester kontinuierlich vermittelt werden. Der Stand der Fremdsprachenkenntnisse soll jedes Semester überprüft werden, um ggf. bei Bedarf zusätzliche Sprachkurse belegen zu können. In den Soft-Skills-Modulen sollen jedes Semester - bis auf das 4. Semester - verschiedene Sozialkompetenzen trainiert werden, um die Berufsbefähigung zu unterstützen. In der Regel sind diese in sich abgeschlossene Einheiten, die dann auch nach jedem Semester abgeprüft werden. Eine stimmige Verknüpfung der mit diesen Modulen verbundenen Qualifikationszielen mit anderen Modulen des Studiengangs ist nicht möglich, daher wird hier die formale Vorgabe von fünf ECTS-Leistungspunkten unterschritten.

Die Modulbeschreibungen beinhalten Informationen zu den Inhalten und Qualifikationszielen des Moduls, zu Lehr- und Lernformen, zu Voraussetzungen für die Teilnahme, zur Verwendbarkeit des Moduls, zu Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Leistungspunkten entsprechend dem European Credit Transfer System, zu ECTS-Leistungspunkten und Benotung, zur Häufigkeit des Angebots des Moduls, zum Arbeitsaufwand und zur Dauer des Moduls.

Entscheidungsvorschlag

Kriterium ist erfüllt.

Leistungspunktesystem ([§ 8 StudakVO](#))

Sachstand/Bewertung

Die Studiengänge umfassen jeweils insgesamt 120 ECTS-Leistungspunkte, wobei jedem ECTS-Leistungspunkt eine Arbeitsbelastung von 25 Stunden zugeordnet ist. In den Studiengängen sind pro Semester 28-31 (Vollzeit) sowie 22-25 (berufsbegleitend) ECTS-Leistungspunkte vorgesehen.

Der Bearbeitungsumfang der Abschlussarbeit beträgt 24 (Vollzeit) sowie 26 (berufsbegleitend) ECTS-Leistungspunkte bei einer Bearbeitungsdauer von 3 Monaten im Vollzeitstudium und 4 Monaten im berufsbegleitenden Studium. Die Hochschule erläutert die höhere Anzahl zu vergebender ECTS-Leistungspunkte in der berufsbegleitenden Variante damit, dass die Abschlussarbeit in Zusammenarbeit mit einem Unternehmen erstellt wird. Die intensive Abstimmung zwischen dem Erstbetreuer (Professor der Hochschule) und dem Ansprechpartner im Unternehmen sowie die Themenfindung im Unternehmen rechtfertigt eine höhere Kreditierung der Masterthesis. Die Bearbeitungsdauer wurde ebenfalls entsprechend verlängert.

Die Zulassungsbestimmungen stellen sicher, dass für den vorliegenden Masterabschluss mit 120 ECTS-Leistungspunkten unter Einbeziehung des vorangehenden Studiums bis zum ersten berufsqualifizierenden Abschluss (mindestens 180 ECTS-Leistungspunkte) insgesamt 300 ECTS-Leistungspunkte erreicht werden.

Entscheidungsvorschlag

Kriterium ist erfüllt

Anerkennung und Anrechnung [\(Art. 2 Abs. 2 StAkkStV\)](#)

Sachstand/Bewertung

Die Regeln bezüglich der Anerkennung hochschulischer und Anrechnung außerhochschulischer Leistungen sind in der Studien- und Prüfungsordnung in § 14 definiert.

Gemäß (1) und (2) werden Studienzeiten, Studienleistungen, Praktika und Prüfungsleistungen anerkannt, wenn sie an einer anderen Hochschule in der Bundesrepublik Deutschland in demselben oder einem entsprechenden Studiengang erbracht wurden. Studienzeiten, Studienleistungen, Praktika und Prüfungsleistungen in einem anderen als dem an der CBS belegten Studiengang werden anerkannt, soweit keine wesentlichen Unterschiede im Hinblick auf die erworbenen Kompetenzen durch den Vorsitzenden des Prüfungsausschusses festgestellt werden.

Gemäß (5) kann auf Antrag die Hochschule außerhalb des Hochschulwesens erworbene Kenntnisse und Fähigkeiten auf der Grundlage vorgelegter Unterlagen angerechnet, wenn diese Kenntnisse und Fähigkeiten den Prüfungsleistungen, die sie ersetzen sollen, nach Inhalt und Niveau gleichwertig sind. Außerhalb des Hochschulwesens erworbene Kenntnisse und Fähigkeiten können maximal die Hälfte der zu vergebenden Kreditpunkte des Studiums ersetzen.

Gemäß (8) besteht bei Vorliegen der Voraussetzungen zur Anrechnung ein Rechtsanspruch auf Anrechnung. Über die Anerkennung und Anrechnung entscheidet auf Antrag des Studierenden der Prüfungsausschussvorsitzende. Die Studierenden haben die für die Anerkennung bzw. Anrechnung erforderlichen Unterlagen vorzulegen. Eine Versagung ist zu begründen.

Entscheidungsvorschlag

Kriterium ist erfüllt

2 Gutachten: Erfüllung der fachlich-inhaltlichen Kriterien

2.1 Schwerpunkte der Bewertung / Fokus der Qualitätsentwicklung

Da es sich um Konzeptakkreditierungen handelt, konnte das Gutachtergremium nur mit Studierenden und Absolventen aus vergleichbaren Studiengängen sprechen.

2.2 Erfüllung der fachlich-inhaltlichen Kriterien

(gemäß Art. 3 Abs. 2 Satz 1 Nr. 4 StAkkrStV i.V. mit Art. 4 Abs. 3 Satz 2a StAkkrStV und §§ 11 bis 16; §§ 19-21 und § 24 Abs. 4 StudakVO)

Qualifikationsziele und Abschlussniveau ([§ 11 StudakVO](#))

a) Studiengangübergreifende Aspekte

Die konsekutiven Masterstudiengänge sollen die im Bachelorstudiengang erworbenen Kenntnisse und Fähigkeiten erweitern und vertiefen.

Die Hochschule gibt in ihrem Selbstbericht an, dass die Masterstudiengänge grundsätzlich die folgenden Qualifikationsziele anstreben:

Entwicklung von fachlichen Kompetenzen mit ausgeprägter Praxisorientierung (Vermittlung von Fachwissen)

Wissensverbreiterung: Masterabsolventen sind in der Lage, die Besonderheiten, Grenzen, Terminologien und Lehrmeinungen ihres Lerngebiets zu definieren und zu interpretieren. Die Absolventen kennen die einschlägigen ökonomischen Theorien und verfügen über Fachwissen auf dem aktuellen Stand der wirtschaftswissenschaftlichen Forschung. Sie sind mit den einschlägigen qualitativen und quantitativen Methoden der Wirtschaftswissenschaften vertraut.

Wissensvertiefung: Die Absolventen können die konkreten betrieblichen Verfahrensweisen basierend auf wirtschaftswissenschaftlichen Kenntnissen problem- und anwendungsorientiert, insbesondere unter Einbeziehung von aktueller Forschung auf dem Gebiet der Wirtschaftswissenschaften, analysieren und konkrete Vorschläge zu deren Optimierung in einem oder mehreren Spezialbereichen ableiten.

Förderung der wissenschaftlich fundierten Urteilsfindung (Befähigung zum wissenschaftlichen Arbeiten)

Informationsbeschaffung, -bewertung und -interpretation: Masterabsolventen sind darüber hinaus in der Lage, Wissen des internationalen/interkulturellen Managements zu integrieren und mit Komplexität umzugehen.

Wissenschaftlich fundierte Urteilsfindung, die gesellschaftliche, wissenschaftliche, und ethische Erkenntnisse berücksichtigt: Masterabsolventen kommen zu einer wissenschaftlich fundierten Urteilsfindung auf Grundlage unvollständiger oder begrenzter Informationen, die wissenschaftliche, gesellschaftliche und ethische Erkenntnisse berücksichtigt.

Aufbau von praxisorientierter Problemlösungskompetenz und Anwendung des Erlernten auf berufliche Tätigkeiten (Befähigung zur qualifizierten Erwerbstätigkeit)

Beschäftigungsfähigkeit: Masterabsolventen sind in der Lage, weitgehend selbstgesteuert und/oder autonom eigenständige anwendungsorientierte Projekte durchzuführen. Sie können neue Managementmethoden hinsichtlich ihrer Anwendbarkeit und der möglichen Auswirkungen auf die Geschäftsbereiche eines Unternehmens funktionsbereichsübergreifend und fachlich belastbar bewerten.

Problemlösungskompetenz: Masterabsolventen sind in der Lage, Wissen und Verstehen sowie Fähigkeiten zur Problemlösung auch in neuen und unvertrauten Situationen anzuwenden, die in einem breiteren oder multidisziplinären Zusammenhang der Wirtschaftswissenschaften stehen. Absolventen können qualitative und quantitative Verfahren und Methoden der Gestaltung von Geschäftsfeldern auf konkrete betriebliche kurz- und langfristige Problemstellungen anwenden und auf dieser Basis belastbare Lösungsvorschläge entwickeln.

Entwicklung von personalen und Sozialkompetenzen (Unterstützung der Persönlichkeitsentwicklung)

Kommunikationsfähigkeit: Masterabsolventen sind in der Lage, fachliche Kommunikation auf wissenschaftlichem Niveau und entsprechend aktuellem Stand von Forschung und Anwendung - auch in englischer Sprache - zu führen.

Übernahme von Verantwortung im Team (Team- und Führungsfähigkeit): Masterabsolventen sind in der Lage, herausgehobene Verantwortung im Team (Führungsfähigkeit) zu übernehmen.

Selbstständig weiterführende Lernprozesse gestalten: Masterabsolventen sind in der Lage, sich selbstständig neues Wissen und Können anzueignen.

Förderung der Bereitschaft zur Wahrnehmung gesellschaftlicher Verantwortung auf der Grundlage der erworbenen Kompetenzen (Befähigung zum zivilgesellschaftlichen Engagement)

Übernahme von sozialer Verantwortung und Vorhandensein von ethischer Sensibilität: Absolventen sind in der Lage, soziale Verantwortung zu übernehmen und zeichnen sich durch ethische Sensibilität aus.

Interkulturelle Fertigkeiten (u.a. interkulturelle Kommunikation): Absolventen sind in der Lage, die eigene und fremde Kulturen – sowie ihre Stereotype – wahrzunehmen und sensitiv zu reflektieren und sind befähigt, Lösungsalternativen/Handlungsalternativen bei kulturellen Problemen zu entwickeln.

„Staatsbürger-Kompetenz“: Absolventen kennen und verstehen Konzepte wie Demokratie, Menschenrechte, Gerechtigkeit, Gleichheit, Staatsbürgerschaft etc. und ihre Anwendung in verschiedenen Kontexten auf lokaler, nationaler und internationaler Ebene.

Die Hochschule bietet neben verpflichtenden Lehrveranstaltungen im Soft-Skills-Bereich zusätzlich Wahlfächer aus diesem Bereich an. Die Fremdsprachenausbildung, das integrierte Persönlichkeitstraining sowie das erworbene Fachwissen sollen den Studierenden ermöglichen, den kontinuierlichen Anpassungsprozess moderner Unternehmen in einer globalen Wirtschaft erfolgreich mitzugestalten.

Durch die im Curriculum integrierten Englischkurse und Soft-Skills-Module wird die Befähigung zur Aufnahme einer qualifizierten Erwerbstätigkeit laut Selbstbericht explizit gefördert. Darüber hinaus werden die methodisch-analytischen Fähigkeiten der Studierenden gestärkt und damit berufsfeldspezifische und arbeitsmarktrelevante Schlüsselqualifikationen vermittelt. Die Fähigkeit und Bereitschaft zum selbstständigen Lernen und zur persönlichen Weiterbildung sind darin eingeschlossen.

b) Studiengangsspezifische Bewertung

Studiengang 01: Marketing Management (M.A.)

Sachstand

Zielgruppe sind Studieninteressenten, die sich nach dem Erststudium vertieft und wissenschaftlich weiterbilden und systematisch auf die Tätigkeit als Marketing-Manager vorbereiten wollen. Der Studiengang soll Studierende sowohl für anspruchsvolle strategisch-konzeptionelle Tätigkeiten in Marketingmanagementfunktionen als auch für den Einstieg in strategische Funktionen in Stabsabteilungen qualifizieren. Der Studiengang ist auf das Anforderungsprofil von Marketing-Managern in Führungsebenen internationaler Konzerne und global tätiger Unternehmen

ausgerichtet. Deren Aufgabe ist unter anderem, über den Einsatz von bewährten oder unkonventionellen Strategien zu entscheiden.

Deshalb befassen sich die Studierenden gemäß den Angaben im Selbstbericht mit Marketingstrategien, der Entwicklung von Marketingkonzepten sowie Besonderheiten branchenspezifischer und digitaler Marketingansätze. Darüber hinaus werden aktuelle Trends und Techniken des Content und Social Media Marketing sowie Suchmaschinenmarketing behandelt. Die Studierenden sollen anhand von Best Practices lernen, wie sie ganzheitliche Strategien entwickeln, den Kundenanforderungen gerecht werden und neue Zielgruppen erschließen. Zudem stehen die Module E-Commerce und Power Pricing im Mittelpunkt des Studiums. Dabei diskutieren die Studierenden aktuelle Marketingentwicklungen, lernen Plattformen und Anbieter kennen und entwickeln Omni-Channel-Strategien.

Für Absolventen eröffnet sich eine Vielfalt an beruflichen Positionen. Neben den Berufsperspektiven als Marketing-Manager, Key Account Manager oder Vertriebsmitarbeiter ist ebenfalls ein Einstieg in der Rolle eines Marketingspezialisten zur Unterstützung der Geschäftsführung bzw. des Vorstandes vorstellbar. Auch der zukünftig bedeutsame Beruf des Innovationsmanagers oder Brand Managers könnte angestrebt werden.

Studiengang 02: Personal- & Changemanagement (M.A.)

Sachstand

Zielgruppe sind Studieninteressenten, die sich nach dem Erststudium vertieft und wissenschaftlich weiterbilden und systematisch auf die Tätigkeit im Personalbereich oder als Transformationsmanager vorbereiten wollen. Der Studiengang soll Studierende sowohl für anspruchsvolle strategisch-konzeptionelle Tätigkeiten in Personalmanagementfunktionen, der Unternehmensführung als auch im Change- und Veränderungsmanagement vorbereiten.

Der Studiengang betrachtet gemäß den Angaben im Selbstbericht die Fachbereiche Personal- & Changemanagement im gesamtunternehmerischen Kontext und setzt Schwerpunkte in den Themen „Digitale Transformation“, „New Work und Personal 4.0“ sowie „Cultural Change“. Die Studierenden lernen und trainieren laut Selbstbericht u.a. mittels Case Studies, wie man Change-Projekte umsetzt. Darüber hinaus erfahren sie, welche Auswirkungen die digitale Transformation auf Unternehmen und Management-Ansätze hat. Durch den digitalen Wandel rückt die Personalentwicklung in Unternehmen immer stärker in den Fokus. HR-Manager benötigen ein besonderes Fingerspitzengefühl, um die Mitarbeiter auf Veränderungen ihres Berufsbildes vorzubereiten. Deshalb soll sich das Studium mit diesen neuen Anforderungen an ein modernes Personalmanagement sowie den Grundzügen einer nachhaltigen Führung beschäftigen.

Für Absolventen eröffnet sich eine breite Vielfalt an beruflichen Positionen, wie z.B. als Personalmanager, HR Digital Manager, HR Development Manager, Unternehmensberater oder Positionen im Veränderungsmanagement bzw. in Restrukturierungsprozessen. Denkbar ist ebenfalls ein Einstieg als People und Change Spezialist zur Unterstützung der Geschäftsführung bzw. des Vorstandes und der Aufsichtsgremien oder aber die konzeptionell anspruchsvolle Tätigkeit in diversen Personalausschüssen.

Studiengang 03: Entrepreneurship & Innovationsmanagement (M.A.)

Sachstand

Zielgruppe sind Studieninteressenten, die sich nach dem Erststudium vertieft und wissenschaftlich weiterbilden und systematisch auf die Tätigkeit als Unternehmensgründer vorbereiten wollen. Der Studiengang richtet sich an Studierende, die ihr eigenes Start-up gründen wollen, sowie an Studierende, die in innovativen Unternehmen und Organisationen im Bereich Intrapreneurship tätig sein möchten. Im Studienschwerpunkt Entrepreneurship sollen Studierende gezielt auf alle Themen rund um die Unternehmensgründung vorbereitet werden: Von der Idee und der Entwicklung des Geschäftsmodells über die Investorensuche bis hin zur Gründung und Leitung eines Unternehmens.

Das Studium bereitet gemäß den Angaben im Selbstbericht optimal auf die Arbeitswelt von Gründern und Unternehmern vor. In Modulen wie „Geschäftsmodelle im digitalen Kontext“ oder „Wachstum und Finanzierung von Start-ups“ sollen sich die Studierenden umfassend mit den Herausforderungen von Unternehmen in Gründungs- und Wachstumsphasen auseinandersetzen. Durch die Digitalisierung entstehen neue Marktchancen, daher beschäftigen sich die Studierenden auch mit der digitalen Transformation und ihren Auswirkungen auf Unternehmen. Neben dem Studium bietet der „Entrepreneur Club“ der studentischen Initiative „Founders Factory“ die Möglichkeit, sich regelmäßig mit Mitstudierenden, Alumni und Professoren über Start-up-Themen oder eigene Geschäftsideen auszutauschen. Zudem haben Studierende die Möglichkeit, einen kostenlosen Workshop und Seminare des Hochschul-Gründernetzwerks Cologne e. V. (hgnc), deren Geschäftsführung die Hochschule 2018 übernommen hat und dort ein Netzwerk an Partnern aus der Wirtschaft pflegt, zu besuchen.

Für Absolventen dieses Studiengangs eröffnet sich eine breite Vielfalt an beruflichen Positionen. Mögliche Berufsfelder/Positionen sind Managementpositionen in jungen Unternehmen und Start-ups, Projekt- oder Innovationsmanager in Unternehmen, Chef im eigenen Unternehmen oder Geschäftsführer in mittelständischen Unternehmen, auch in der Nachfolge bestehender Familienbetriebe. Unternehmens- oder Gründungsberatung sowie Regionalentwicklung und Wirtschaftsförderung könnten mögliche weitere Berufsfelder sein.

Studiengang 04: Management in Familienunternehmen (M.A.)

Sachstand

Zielgruppe sind Studieninteressenten, die sich nach dem Erststudium vertieft und wissenschaftlich weiterbilden und systematisch auf die Tätigkeit als Nachfolger in Familienunternehmen vorbereiten wollen. Der Studiengang qualifiziert gemäß Angaben im Selbstbericht Studierende für anspruchsvolle strategisch-konzeptionelle Tätigkeiten in Familienunternehmungen.

Dem deutschen Mittelstand steht Angaben des Selbstberichts in den kommenden Jahren ein drastischer Generationenwechsel bevor: aktuellen Prognosen zufolge sollen bis ins Jahr 2022 über eine halbe Million Inhaber kleiner und mittlerer Unternehmen (KMU) die Unternehmensnachfolge planen. Ob eine familieninterne oder -externe Firmennachfolge erfolgsversprechender ist, hängt nicht zuletzt von der Qualifizierung des Nachfolgers ab. Die Hochschule gibt im Selbstbericht an, dass der Studiengang mit Blick auf die Anforderungen in der Praxis konzipiert wurde und ein breites Spektrum an betriebswirtschaftlichen Vertiefungsfächern abdeckt. Die Studierenden sollen finanzwirtschaftliche Kenntnisse in Seminaren zur „Unternehmensrechnung und Jahresabschlussanalyse“ weiterentwickeln. Im Case Lab und dem Business Project sollen sie sich darüber hinaus praktisch mit Management-Herausforderungen des Mittelstands und Familienunternehmen auseinandersetzen.

Mit Blick auf die Digitalisierung und den damit verbundenen Wachstumschancen in gesättigten Märkten lernen sie gemäß den Angaben im Selbstbericht, wie sie den technischen Wandel in ihrem Unternehmen einleiten und umsetzen können. Trotz aller Planung läuft ein Generationswechsel an der Unternehmensspitze nicht immer reibungslos ab. Um kritischen Situationen vorzubeugen, sollen die Studierenden in Konflikt- und Krisenmanagement geschult werden. Zusätzlich werden sie mit Methoden zur Wertermittlung von Unternehmen vertraut gemacht, die als Grundlage für Verhandlungen zwischen dem Eigentümer und Kaufinteressenten dient. Auch rechtliche Aspekte von Nachfolgeentscheidungen und Betriebsübergabe sind gemäß den Angaben im Selbstbericht wichtige Teile des Studiums.

Für Absolventen dieses Studiengangs eröffnet sich eine breite Vielfalt an beruflichen Positionen in Familienunternehmen, in Kleinunternehmen oder im Mittelstand. Auch Tätigkeiten in Mittelstandsberatungen, der Regionalentwicklung oder in Wirtschaftsförderinstitutionen sind denkbar. Das Programm vermittelt fundierte Fähigkeiten in wichtigen wirtschaftswissenschaftlichen Teildisziplinen mit speziellem Fokus auf Nachfolge in Familienunternehmen.

Damit ist der Masterstudiengang konsequent an der Aufgabe ausgerichtet, einerseits ein vertieftes Wissen sowohl in dem wissenschaftlichen Feld der Wirtschaft als auch speziell in der Nachfolge in Familienunternehmen zu vermitteln. Dabei stehen die verschiedenen Bereiche nicht nebeneinander, sondern werden laut Selbstbericht ganzheitlich verzahnt.

Studiengang 05: Business Psychology & Management (M.Sc.)

Sachstand

Zielgruppe sind Studieninteressenten, die sich nach dem Erststudium vertieft und wissenschaftlich weiterbilden wollen und neben generellen wirtschaftspsychologischen Thematiken auch besonders differenzierten und aktuell relevanten Themenbereichen der Wirtschaftspsychologie widmen möchten. Nach dem Studienabschluss sollen die Absolventen in der Lage sein, anspruchsvolle Tätigkeiten im Management direkt aufzunehmen oder sich darin in kurzer Zeit erfolgreich einarbeiten zu können. Daher sollen die Absolventen dazu qualifiziert werden, anhand von psychologischen Modellen und Konzepten anwendungsbezogene und relevante Fragestellungen der Wirtschaft zu analysieren und zu optimieren. Die Berufsbefähigung ist gemäß den Angaben im Selbstbericht darüber hinaus nachhaltig geprägt, da viele Unternehmen mittlerweile gezielt nach qualifizierten Wirtschaftspsychologen suchen, um fachliche und personale Kompetenzen in anforderungsgerechter Ausgewogenheit miteinander zu verbinden.

Ziel des Studiengangs ist es laut Selbstbericht auch, den Studierenden ein grundlegendes Verständnis für Managementprozesse in international ausgerichteten Geschäftsumfeldern zu vermitteln. Insbesondere wird Wissen über regionale, kulturelle und historische Faktoren, die für das Handeln internationaler Unternehmen ausschlaggebend sind, weiterentwickelt. Das Programm dient der Ausbildung von Nachwuchsführungskräften in multinationalen Unternehmen oder im international ausgerichteten Mittelstand. Aufgrund ihrer vertieften Ausbildung werden sie befähigt, Fach- und Führungsaufgaben zu übernehmen.

Für Absolventen dieses Studiengangs eröffnet sich eine breite Vielfalt an Tätigkeitsfeldern. Dazu zählen die Markt- und Konsumentenforschung, Werbung und Marketing, Vertrieb, Medien, Arbeits- und Organisationspsychologie, internationale Organisationsplanung und -entwicklung und das HR Management, hier insbesondere Personalmarketing, Personalauswahl und Personalentwicklung. So kann ein Einstieg beispielsweise als Junior-Personalreferent in den Bereichen Personalrekrutierung, -auswahl, -entwicklung oder -planung (Karriereplaner) beziehungsweise als Junior HR Business Partner, ebenso als Junior-Consultant in Unternehmensberatungen oder für Einstiegspositionen in der Personalberatung möglich sein. Auch marketingbasierte Positionen wie Kommunikationsmanager oder forschungsbasierte Berufe wie Markt- und Trendforscher sind denkbar.

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Die Qualifikationsziele und angestrebten Lernergebnisse aller genannten Studiengänge sind klar im Selbstbericht und in den Modulbeschreibungen formuliert. Nach Ansicht des Gutachtergremiums entsprechen sie dem Abschlussniveau und stellen sicher, dass die angestrebte Be-

rufsbefähigung in den jeweiligen Fachdisziplinen erreicht werden kann. Die im Sachstand beschriebenen Berufsbilder sind plausibel und können nach Abschluss des Studiums erreicht werden.

Die Qualifikationsziele tragen nach Ansicht des Gutachtergremiums der wissenschaftlichen Befähigung Rechnung. Davon konnte es sich durch die eingereichten Unterlagen und Gespräche im Rahmen der Begehung überzeugen. Die Studiengänge sind aufgrund ihres anwendungsorientierten Profils sehr praxisorientiert gestaltet, was das Gutachtergremium als positiv in Bezug auf die künftige Employability erachtet. Dennoch könnte aus seiner Sicht die Vermittlung grundlegender Modelle und Theorien und die damit verbundene wissenschaftliche Reflexion verstärkt werden. Die Studiengangskonzepte sehen aktuell vor, dass die entsprechenden Modelle und Theorien im Rahmen von konkreten Fallstudien vermittelt werden. Dies konnte ebenfalls in den Gesprächen mit Studierenden aus vergleichbaren Studiengängen bestätigt werden. Diese Vorgehensweise erachtet das Gutachtergremium prinzipiell als sinnvoll. Es ist dennoch der Ansicht, dass Modelle und Theorien zu Beginn des Studiums ebenfalls losgelöst von konkreten Case Studies vermittelt werden sollten.

Darüber hinaus könnte die Befähigung zum wissenschaftlichen Arbeiten verstärkt werden. Das Modul zur Abschlussarbeit sieht ebenfalls ein Tutorium zur Vorbereitung auf die Masterthesis vor, in dem neben weiteren Informationen zum Erstellen einer Abschlussarbeit u.a. ebenfalls vermittelt wird, wie theoretische Kenntnisse der Forschungsmethodik auf die eigene Forschungsarbeit angewandt werden können. Es wäre aus Sicht des Gutachtergremiums sinnvoll, wenn dieses bereits zu Beginn des Studiums durchgeführt wird. Die Studierenden könnten dadurch bereits für andere schriftliche Arbeiten von den Inhalten dieser Lehrveranstaltung profitieren. Das Gutachtergremium konnte im Rahmen der Begehung Abschlussarbeiten aus vergleichbaren Masterstudiengängen einsehen. Ihm ist dabei aufgefallen, dass Studierenden häufig ebenfalls Lehrbücher als Quellen angegeben werden. Die Studierenden sollten noch stärker dazu ermutigt werden, auf Vielfalt bei den Quellenangaben zu achten und insbesondere einschlägige Journals zu berücksichtigen. Eine Verschiebung des Tutoriums könnte ebenfalls positiv hierzu beitragen.

Das Gutachtergremium möchte insbesondere das vielfältige Angebot im Bereich der Persönlichkeitsbildung hervorheben. Im Rahmen der Persönlichkeitsbildung wird auch auf die künftige zivilgesellschaftliche, politische und kulturelle Rolle der Absolventen eingegangen. Das Studium sieht für alle Studiengänge einen obligatorischen Anteil an Modulen vor, die Soft Skills vermitteln. So werden für die deutschsprachigen Studiengänge (01-04) u.a. die Module „Fremdsprachentraining“, „Soziale und kreative Kompetenzen“ und „Business Wahlfächer“ durchgeführt. In letzterem können die Studierenden zwei Wahlfächer (z.B. „Qualitative Forschungsmethoden“,

„Digitale Marketing-Techniken und Tools“, „Finanzethik“) aus einem großen Angebot wählen. Im englischsprachigen Studiengang Business Psychology and Management belegen die Studierenden u.a. die Module „Advanced Intercultural Team Leadership“, „Skills Electives“ (vgl. mit „Business Wahlfächer“ und „Language and Communication Skills I-III“). Die Studierenden aus vergleichbaren Studiengängen, mit denen das Gutachtergremium im Rahmen der Begehung sprechen konnte, gaben diesbezüglich ebenfalls ein positives Feedback.

Entscheidungsvorschlag

Erfüllt

Das Gutachtergremium gibt folgende Empfehlung:

Die Hochschule sollte die Vermittlung grundlegender Modelle und Theorien und die damit verbundene wissenschaftliche Reflexion verstärken.

Schlüssiges Studiengangskonzept und adäquate Umsetzung (§ 12 StudakVO)

Curriculum (§ 12 Abs. 1 Sätze 1 bis 3 und 5 StudakVO)

a) Studiengangsübergreifende Aspekte

In den Studiengängen stehen gemäß den Angaben in der Selbstdokumentation zunächst Managementinhalte im Vordergrund, die eine Vertiefung und Erweiterung betriebswirtschaftlichen Wissens für das Management in einer globalisierten Welt zum Ziel haben und für den Erwerb von Managementfähigkeiten erforderlich sind. So werden in den Studiengängen 01-04 Lehrveranstaltungen wie „Digitales Management“, „Change Management“ und „Investitions- und Finanzierungsrechnung“ sowie „Unternehmensrechnung und Jahresabschlussanalyse“ durchgeführt. Im Studiengang 05 Business Psychology & Management sind es entsprechend die Lehrveranstaltungen „Strategic Analysis and Management“, „Innovation Management and Digital Transformation“ sowie „Applied Management Accounting“.

Durch Praxismodule, die sich durch das gesamte Studium ziehen, soll die Beschäftigungsfähigkeit der Studierenden gewährleistet werden. Bereits im ersten Semester wird auf konkrete praxisbezogene Aspekte, z.B. durch eine Fallstudienanalyse aus dem Kernbereich des jeweiligen Fachschwerpunktes, eingegangen. Vor allem im „Business Project“ im zweiten Semester können die Studierenden ihre Praxiskompetenz unter Beweis stellen. Weiterhin wird die Praxisbefähigung im dritten Semester durch ein Planspiel, welches Geschäftsprozesse in Unternehmungen simuliert, gefördert. Eine besondere Bedeutung für die Umsetzung der Praxisorientierung hat das in das Studium integrierte Praktikum zwischen dem zweiten und dritten Fachsemester, in dem die Studierenden zur Verzahnung von Theorie und Praxis praxisorientierte Analysen im

Unternehmen erarbeiten und Einblicke in ihren zukünftigen Berufsalltag erhalten sollen. Hier greifen die zuvor erworbenen Kenntnisse der einzelnen Modul-Bereiche ineinander. Da die Teilzeit-Studierenden kein Praktikum absolvieren, sind anstelle des Praktikums zusätzliche Wahlmodule vorgesehen. Weiterhin wird das Business Projekt durch ein Fallstudien-Projekt ersetzt, da die Teilzeit-Studierenden bereits im Berufsleben stehen.

Abgerundet wird das Curriculum durch Soft-Skills-Module, in denen in den ersten drei Semestern wichtige Studienfertigkeiten wie Team- und Selbstmanagement, Kreatives Denken und Innovation sowie Führungsverhalten vermittelt werden. Für den Studiengang Business Psychology & Management trifft dies auf die folgenden Module zu: „Advanced Intercultural Team Leadership“ und „Project and Change Management“. Die fremdsprachliche Zielerreichung soll durch eine dreisemestrige Fremdsprachenausbildung in Wirtschaftsenglisch erreicht werden.

Über die Fachkompetenzen hinaus werden den Studierenden im Masterstudium weitere akademische Qualifikationen vermittelt. Im Studienverlauf werden die Studierenden zur wissenschaftlich fundierten Urteilsfindung durch Hausarbeiten als Modulabschlussprüfung hingeführt und auf die Masterarbeit vorbereitet. Abgeschlossen wird das Masterstudium mit der Ausarbeitung der Masterarbeit zu einer praxisorientierten Themenstellung. Die Studierenden sollen mit der Masterarbeit zeigen, dass sie selbstständig in einer gegebenen Frist ein fachliches Problem mit Hilfe wissenschaftlicher Theorien, Modelle, Methoden und Instrumente lösen können.

In den Studiengängen **Marketing Management, Personal- & Changemanagement, Entrepreneurship & Innovationsmanagement** sowie **Management in Familienunternehmen** überwiegen gemäß den Angaben im Selbstbericht die qualitativen Inhalte, daher ist für diese Masterstudiengänge der Abschlussgrad „Master of Arts“ vorgesehen.

Im Masterstudiengang **Business Psychology & Management** überwiegen nach Angaben der Hochschule die quantitativen Inhalte, daher ist für diesen Studiengang der Abschlussgrad „Master of Science“ vorgesehen. Die Studiengangsbezeichnung wurde jeweils aufgrund der inhaltlichen Gestaltung gewählt.

Die eingesetzten Lehrveranstaltungsarten können, je nach angestrebtem Learning Outcome des jeweiligen Moduls Vorlesungen, Übungen, Projekte, Kolloquien, Seminare oder eine Kombination dieser Lehrveranstaltungsarten sein. Die Vermittlung der Lerninhalte findet grundsätzlich in kleinen Gruppen statt. Eine Studiengruppe besteht aus bis zu 25 Studierenden im Masterstudium. Sprachkurse, Soft Skills-Kurse, Spezialisierungen und Wahlfächer finden in noch wesentlich kleineren Gruppen von 10 bis 15 Teilnehmern statt.

Großer Wert wird zudem auf das so genannte projektorientierte Lernen gelegt. Hierbei werden Studierende durch die Lehrenden an Probleme herangeführt, müssen aber dann in kleinen Gruppen verschiedene Aufgaben zur Bearbeitung des Problems durchführen. Die Aufgabe der Lehrenden besteht hierbei weniger darin, den zu lernenden Stoff frontal zu vermitteln, sondern vielmehr darin, Aufgaben zu entwerfen, mit deren Hilfe Studierende sich Lösungswege für Probleme selbst erarbeiten. Zudem moderieren die Lehrenden die Präsentation und Diskussion der studentischen Lösungsvorschläge und fassen die Ergebnisse des Lernprozesses zusammen.

Studiengänge 01-04:

Im Studium wird für die Studiengänge auch der Erwerb von volkswirtschaftlichen Kompetenzen durch die Lehrveranstaltung „VWL und Wirtschaftspolitik“ gefördert, die zur effizienten und effektiven Wahrnehmung der betriebswirtschaftlich ausgerichteten, management- und führungsrelevanten Aufgaben im Unternehmen beachtet werden müssen.

Weitere elementare betriebswirtschaftliche Fachkenntnisse werden in den weiteren Fachsemestern durch die international ausgerichteten Managementinhalte wie „Internationales Marketing“, „Internationales Personalmanagement“ sowie „Global Supply Chain Management“ vermittelt.

Im Modul „Unternehmensverantwortung“ werden Rechts- und Nachhaltigkeitsthemen behandelt, um die Studierenden mit ethischen Aspekten in der Unternehmenswelt vertraut zu machen. Die Förderung der Bereitschaft zur Wahrnehmung gesellschaftlicher Verantwortung wird auch in allen wesentlichen Modulen integriert vermittelt und gehört zum festen Bestandteil des Studiums.

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Durch die anwendungsorientierte Ausrichtung der Studiengänge können die Studierenden nach Ansicht des Gutachtergremiums das Erlernte direkt in der Praxis umsetzen.

Das Studiengangskonzept umfasst nach Meinung des Gutachtergremiums vielfältige, an die jeweilige Fachkultur und das Studienformat angepasste Lehr- und Lernformen sowie Praxisanteile. Im Studiengang werden u.a. Vorlesungen, Seminare, Kleingruppenarbeiten und Fallstudien verwendet. Studierende werden aktiv in die Gestaltung von Lehr- und Lernprozessen einbezogen. Davon konnte sich das Gutachtergremium insbesondere durch die Erläuterungen zur Anwendung von Fallstudien und Kleingruppenarbeiten überzeugen.

b) Studiengangsspezifische Bewertung

Studiengang 01: Marketing Management (M.A.)

Sachstand

Das Curriculum des Studiengangs ist wie folgt aufgebaut:

Vollzeit-Variante:

Curriculumsübersicht: Marketing Management (Master of Arts)											
Vollzeit, 4 Semester (Studiensprache: deutsch)											
Modul Nr.	Modul/Teilmodul	Credit Points in Semester				Gesamt			Veranstaltungsform z.B. Vorlesung, Seminar	Prüfungsleistungen (Dauer in Min) sowie Prüfungsform	Gewicht für Gesamtnote
		1.	2.	3.	4.	Stunden Präsenzstudium	Stunden Selbststudium	SWS			
MA MM Vz 1	Angewandte BWL I (Fallstudienanalyse)	6				42	108	4			6/110
1	Case Lab	3				21	54	2	Seminar	Projektarbeit / Präsentation	3/110
2	Analyse- und Strategietools	3				21	54	2	Seminar	Projektarbeit / Präsentation	3/110
MA MM Vz 2	Strategien und Wandel	6				42	108	4			6/110
1	Digitales Management	3				21	54	2	Vorlesung	Klausur (120 Min)	3/110
2	Change Management	3				21	54	2			3/110
MA MM Vz 3	Finanzwirtschaft	6				42	108	4			6/110
1	Investitions- und Finanzierungsrechnung	3				21	54	2	Vorlesung	Klausur (120 Min)	3/110
2	Unternehmensrechnung und Jahresabschlussanalyse	3				21	54	2			3/110
MA MM Vz 4	Digitale Marketingstrategien	6				42	108	4			6/110
1	Marketingstrategien	3				21	54	2	Seminar	Präsentation / Hausarbeit	3/110
2	Digitales Marketing	3				21	54	2	Seminar	Klausur (60 Min)	3/110
MA MM Vz 5	Unternehmensverantwortung	6				42	108	4			6/110
1	Corporate Social Responsibility	3				21	54	2	Vorlesung	Klausur (120 Min)	3/110
2	Wirtschaftsrecht und Corporate Governance	3				21	54	2			3/110
MA MM Vz 6	Internationale Funktionsbereiche	6				42	108	4			6/110
1	Internationales Marketing	3				21	54	2	Vorlesung	Klausur (120 Min)	3/110
2	Internationales Personalmanagement	3				21	54	2			3/110
MA MM Vz 7	Social Media Marketing und Suchmaschinenmarketing	6				42	108	4			6/110
1	Content und Social Media Marketing	3				21	54	2	Seminar	Projektarbeit	3/110
2	Suchmaschinenmarketing	3				21	54	2	Seminar	Klausur (60 Min)	3/110
MA MM Vz 8	Angewandte BWL II (Reales Unternehmensprojekt)	6				42	108	4			6/110
1	Business Projekt	6				42	108	4	Seminar	Präsentation / Bericht	6/110
MA MM Vz 9	Globale Märkte		6			42	108	4			6/110
1	VWL und Wirtschaftspolitik		3			21	54	2	Vorlesung	Klausur (120 Min)	3/110
2	Global Supply Chain Management		3			21	54	2			3/110
MA MM Vz 10	E-Commerce und Pricing		6			42	108	4			6/110
1	E-Commerce		3			21	54	2	Seminar	Projektarbeit	3/110
2	Power Pricing		3			21	54	2	Seminar	Klausur (60 Min)	3/110
MA MM Vz 11	Angewandte BWL III (Computergestütztes Strategiespiel)		6			42	108	4			6/110
1	Management Simulation Game		6			42	108	4	Seminar	Präsentation / Gruppenarbeit	6/110
MA MM Vz 12	Business Wahlfächer	3	3			42	108	4			6/110
MA MM Vz 12a	Business Wahlfach I		3			21	54	2	Seminar	Variabel	3/110
MA MM Vz 12b	Business Wahlfach II		3			21	54	2	Seminar	Variabel	3/110
MA MM Vz 13 a-c	Fremdsprachentraining	2	2	2		63	87	6	Seminar	Klausur / Beteiligung	je 2/110
MA MM Vz 14	Soziale und kreative Kompetenzen					63	87	6			je 2/110
MA MM Vz 14a	Team- und Selbstmanagement	2				21	29	2	Seminar	Präsentation	2/110
MA MM Vz 14b	Kreatives Denken und Innovation		2			21	29	2	Seminar	Präsentation	2/110
MA MM Vz 14c	Führungsverhalten			2		21	29	2	Seminar	Präsentation	2/110
MA MM Vz 15	Praktikum			4	6		250		Praktikum	Praktikumsbericht	0/110
MA MM Vz 16	Masterthesis		2	24		21	629	2			26/110
1	Vorbereitung Masterarbeit			2		21	29	2	Tutorium		2/110
2	Masterarbeit				24		600			Thesis	24/110
Summe		28	31	31	30	651	2349	62			
Summe Credit Points und Workload					120		3000				

Stand: 2020_04_20

Berufsbegleitende Variante:

Modul Nr.	Modul/Teilmodul	Credit Points in Semester					Gesamt			Veranstaltungsform z.B. Vorlesung, Seminar	Prüfungsleistungen (Dauer in Min) sowie Prüfungsform	Gewicht für Gesamtnote
		1.	2.	3.	4.	5.	Stunden Präsenz- u. Onlinestudium (ILE)	Stunden Selbststudium	SWS			
MA MM Tz 1	Angewandte BWL I (Fallstudienanalyse)	6					36	114	4			6/120
1	Case Lab	3					18	57	2	Seminar	Projektarbeit / Präsentation	3/120
2	Analyse- und Strategietools	3					18	57	2	Seminar	Projektarbeit / Präsentation	3/120
MA MM Tz 2	Strategien und Wandel	6					36	114	4			6/120
1	Digitales Management	3					18	57	2	Vorlesung	Klausur (120 Min)	3/120
2	Change Management	3					18	57	2			3/120
MA MM Tz 3	Finanzwirtschaft	6					36	114	4			6/120
1	Investitions- und Finanzierungsrechnung		3				18	57	2	Vorlesung	Klausur (120 Min)	3/120
2	Unternehmensrechnung und Jahresabschlussanalyse		3				18	57	2			3/120
MA MM Tz 4	Digitale Marketingstrategien	6					36	114	4			6/120
1	Marketingstrategien	3					18	57	2	Seminar	Präsentation / Hausarbeit	3/120
2	Digitales Marketing	3					18	57	2	Seminar	Klausur (80 Min)	3/120
MA MM Tz 5	Unternehmensverantwortung			6			36	114	4			6/120
1	Corporate Social Responsibility			3			18	57	2	Vorlesung	Klausur (120 Min)	3/120
2	Wirtschaftsrecht und Corporate Governance			3			18	57	2			3/120
MA MM Tz 6	Internationale Funktionsbereiche			6			36	114	4			6/120
1	Internationales Marketing			3			18	57	2	Vorlesung	Klausur (120 Min)	3/120
2	Internationales Personalmanagement			3			18	57	2			3/120
MA MM Tz 7	Social Media Marketing und Suchmaschinenmarketing	6					36	114	4			6/120
1	Content und Social Media Marketing		3				18	57	2	Seminar	Projektarbeit	3/120
2	Suchmaschinenmarketing		3				18	57	2	Seminar	Klausur (80 Min)	3/120
MA MM Tz 8	Angewandte BWL II (Reales Unternehmensprojekt)	6					36	114	4			6/120
1	Business Projekt / Fallstudienprojekt		6				36	114	4	Projektarbeit	Präsentation / Bericht	6/120
MA MM Tz 9	Globale Märkte			6			36	114	4			6/120
1	VWL und Wirtschaftspolitik			3			18	57	2	Vorlesung	Klausur (120 Min)	3/120
2	Global Supply Chain Management			3			18	57	2			3/120
MA MM Tz 10	E-Commerce und Pricing		6				36	114	4			6/120
1	E-Commerce		3				18	57	2	Seminar	Projektarbeit	3/120
2	Power Pricing		3				18	57	2	Seminar	Klausur (80 Min)	3/120
MA MM Tz 11	Angewandte BWL III (Computergestütztes Strategiespiel)			6			36	114	4			6/120
1	Management Simulation Game			6			36	114	4	Planspiel	Präsentation / Gruppenarbeit	6/120
MA MM Tz 12 a-c	Fremdsprachentraining oder Business Skills Training	3	3	3			54	171	6	Seminar	Klausur / Beteiligung	je 3/120
MA MM Tz 13	Soziale und kreative Kompetenzen						54	171	6			je 3/120
MA MM Tz 13a	Team- und Selbstmanagement	3					18	57	2	Seminar	Präsentation	3/120
MA MM Tz 13b	Kreatives Denken und Innovation		3				18	57	2	Seminar	Präsentation	3/120
MA MM Tz 13c	Führungsverhalten			3			18	57	2	Seminar	Präsentation	3/120
MA MM Tz 14	Digital Start-up-Management – Innovation Lab			6			18	132	2	Seminar	Präsentation und Bericht	6/120
MA MM Tz 15	Masterthesis			4	26		18	732	2			30/120
1	Vorbereitung Masterarbeit			4			18	82	2	Tutorium	Präsentation	4/120
2	Masterarbeit				26			660			Thesis	26/120
Summe		24	24	24	22	26	540	2460	60			
Summe Credit Points und Workload					120		3000					

Stand: 2020_04_20

Zunächst stehen im Masterstudiengang Marketing Management Managementinhalte, wie „Digitales Management“, „Change Management“ und „Investitions- und Finanzierungsrechnung“ sowie „Unternehmensrechnung und Jahresabschlussanalyse“ im Vordergrund, die eine Vertiefung und Erweiterung betriebswirtschaftlichen Wissens für das Management in einer globalisierten Welt zum Ziel haben und für den Erwerb von Managementfähigkeiten erforderlich sind.

Schon zu Beginn des Studiums trägt laut Selbstbericht die studiengangsspezifische Ausrichtung eine hohe Bedeutung, um den Studierenden eine vertiefte Wissensbasis in fachlichen Problemstellungen des Marketing Managements anzueignen. So werden in den ersten beiden Fachsemestern Marketinginhalte in den Modulen „Marketingstrategien“, „Digitales Marketing“, „Internationales Marketing“, „Content und Social Media Marketing“ sowie „Suchmaschinenmarketing“ behandelt.

Gleichzeitig soll auf konkrete praxisbezogene Aspekte, zum Beispiel durch Fallstudien aus dem Bereich des jeweiligen Faches, eingegangen werden.

Das dritte Fachsemester beinhaltet weitere Marketing-spezifische Lehrveranstaltungen. Diese Inhalte wurden gesondert ausgewählt, um dem aktuellen Wirtschaftsgeschehen und arbeitsmarktrelevanten Ansprüchen Folge zu leisten. Darunter fallen u.a. die Module „E-Commerce“ und „Power Pricing“. Die Studierenden sollen anhand dieser Lehrveranstaltungen zu einem besonders ausgeprägten Fachwissen im Marketing Management befähigt werden, um auf potentielle berufliche Einsatzfelder und auf die aktuellen Anforderungen am Markt vorbereitet zu sein.

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Das Gutachtergremium ist der Ansicht, dass die Erreichung der in diesem Studiengang festgelegten Qualifikationsziele durch den curricularen Aufbau wie auch durch die im Curriculum auffindbaren Inhalte gewährleistet wird. Die Studierenden werden mittels der definierten Lernergebnisse grundsätzlich dazu befähigt, wissenschaftliche Theorie und Methodik auf Masterniveau anzuwenden und diese im Rahmen der Abschlussarbeit umzusetzen (siehe Empfehlung § 11 StudakVO).

Es handelt sich um einen Masterstudiengang, der auf Grundlage des wirtschaftswissenschaftlichen Studiums vertiefte Kenntnisse des Marketings vermittelt. Die Kompetenzen der Bereiche Management und Marketing sind für das Gutachtergremium ausgewogen verteilt und rechtfertigen die Wahl des Abschlussgrads und der Abschlussbezeichnung. Mit den im Curriculum vermittelten Inhalten sieht es das Gutachtergremium als hinreichend an, dass die Absolventen einer qualifizierten Erwerbstätigkeit nachgehen können.

Entscheidungsvorschlag

Erfüllt

Studiengang 02: Personal- & Changemanagement (M.A.)

Sachstand

Das Curriculum des Studiengangs ist wie folgt aufgebaut:

Vollzeit-Variante:

Modul Nr.	Modul/Teilmodul	Credit Points in Semester				Gesamt			Veranstaltungsform z.B. Vorlesung, Seminar	Prüfungsleistungen (Dauer in Min) sowie Prüfungsform	Gewicht für Gesamtnote
		1.	2.	3.	4.	Stunden Präsenzstudium	Stunden Selbststudium	SWS			
MA PC Vz 1	Angewandte BWL I (Fallstudienanalyse)	6				42	108	4			6/110
1	Case Lab	3				21	54	2	Seminar	Projektarbeit / Präsentation	3/110
2	Analyse- und Strategietools	3				21	54	2	Seminar	Projektarbeit / Präsentation	3/110
MA PC Vz 2	Strategien und Wandel	6				42	108	4			6/110
1	Digitales Management	3				21	54	2	Vorlesung	Klausur (120 Min)	3/110
2	Change Management	3				21	54	2			3/110
MA PC Vz 3	Finanzwirtschaft	6				42	108	4			6/110
1	Investitions- und Finanzierungsrechnung	3				21	54	2	Vorlesung	Klausur (120 Min)	3/110
2	Unternehmensrechnung und Jahresabschlussanalyse	3				21	54	2			3/110
MA PC Vz 4	Digitale Arbeitswelt und nachhaltige Führung	6				42	108	4			6/110
1	Digital Leadership	3				21	54	2	Seminar	Präsentation / Hausarbeit	3/110
2	New Work und Personal 4.0	3				21	54	2	Seminar	Klausur (80 Min)	3/110
MA PC Vz 5	Unternehmensverantwortung		6			42	108	4			6/110
1	Corporate Social Responsibility		3			21	54	2	Vorlesung	Klausur (120 Min)	3/110
2	Wirtschaftsrecht und Corporate Governance		3			21	54	2			3/110
MA PC Vz 6	Internationale Funktionsbereiche	6				42	108	4			6/110
1	Internationales Marketing		3			21	54	2	Vorlesung	Klausur (120 Min)	3/110
2	Internationales Personalmanagement		3			21	54	2			3/110
MA PC Vz 7	Agiles Personalmanagement und digitale Transformation	6				42	108	4			6/110
1	Agile Methoden moderner Personalarbeit		3			21	54	2	Seminar	Projektarbeit / Präsentation	3/110
2	Steuerung digitaler Transformationsprozesse		3			21	54	2	Seminar	Klausur (80 Min)	3/110
MA PC Vz 8	Angewandte BWL II (Reales Unternehmensprojekt)	6				42	108	4			6/110
1	Business Projekt		6			42	108	4	Seminar	Präsentation / Bericht	6/110
MA PC Vz 9	Globale Märkte			6		42	108	4			6/110
1	VWL und Wirtschaftspolitik			3		21	54	2	Vorlesung	Klausur (120 Min)	3/110
2	Global Supply Chain Management			3		21	54	2			3/110
MA PC Vz 10	Personal- und Organisationsentwicklung in Change-Prozessen			6		42	108	4			6/110
1	Organisationsentwicklung und Cultural Change			3		21	54	2	Seminar	Klausur (80 Min)	3/110
2	Personalentwicklung und Coaching			3		21	54	2	Seminar	Projektarbeit / Präsentation	3/110
MA PC Vz 11	Angewandte BWL III (Computergestütztes Strategiespiel)			6		42	108	4			6/110
1	Management Simulation Game			6		42	108	4	Seminar	Präsentation / Gruppenarbeit	6/110
MA PC Vz 12	Business Wahlfächer		3	3		42	108	4			6/110
MA PC Vz 12a	Business Wahlfach I		3			21	54	2	Seminar	Variabel	3/110
MA PC Vz 12b	Business Wahlfach II			3		21	54	2	Seminar	Variabel	3/110
MA PC Vz 13 a-c	Fremdsprachentraining	2	2	2		63	87	6	Seminar	Klausur / Beteiligung	je 2/110
MA PC Vz 14	Soziale und kreative Kompetenzen					63	87	6			je 2/110
MA PC Vz 14a	Team- und Selbstmanagement	2				21	29	2	Seminar	Präsentation	2/110
MA PC Vz 14b	Kreatives Denken und Innovation		2			21	29	2	Seminar	Präsentation	2/110
MA PC Vz 14c	Führungsverhalten			2		21	29	2	Seminar	Präsentation	2/110
MA PC Vz 15	Praktikum			4	6		250		Praktikum	Praktikumsbericht	0/110
MA PC Vz 16	Masterthesis			2	24	21	629	2			26/110
1	Vorbereitung Masterarbeit			2		21	29	2	Tutorium		2/110
2	Masterarbeit				24		600			Thesis	24/110
Summe		28	31	31	30	651	2349	62			
Summe Credit Points und Workload					120		3000				

Stand: 2020_04_20

Berufsbegleitende Variante:

Modul Nr.	Modul/Teilmodul	Credit Points in Semester					Gesamt			Veranstaltungsform z.B. Vorlesung, Seminar	Prüfungsleistungen (Dauer in Min) sowie Prüfungsform	Gewicht für Gesamtnote
		1.	2.	3.	4.	5.	Stunden Präsenz- u. Onlinestudium (ILE)	Stunden Selbststudium	SWS			
MA PC Tz 1	Angewandte BWL I (Fallstudienanalyse)	6					36	114	4			6/120
1	Case Lab	3					18	57	2	Seminar	Projektarbeit / Präsentation	3/120
2	Analyse- und Strategietools	3					18	57	2	Seminar	Projektarbeit / Präsentation	3/120
MA PC Tz 2	Strategien und Wandel	6					36	114	4			6/120
1	Digitales Management	3					18	57	2	Vorlesung	Klausur (120 Min)	3/120
2	Change Management	3					18	57	2			3/120
MA PC Tz 3	Finanzwirtschaft	6					36	114	4			6/120
1	Investitions- und Finanzierungsrechnung	3					18	57	2	Vorlesung	Klausur (120 Min)	3/120
2	Unternehmensrechnung und Jahresabschlussanalyse	3					18	57	2			3/120
MA PC Tz 4	Digitale Arbeitswelt und nachhaltige Führung	6					36	114	4			6/120
1	Digital Leadership	3					18	57	2	Seminar	Präsentation / Hausarbeit	3/120
2	New Work und Personal 4.0	3					18	57	2	Seminar	Klausur (60 Min)	3/120
MA PC Tz 5	Unternehmensverantwortung				6		36	114	4			6/120
1	Corporate Social Responsibility				3		18	57	2	Vorlesung	Klausur (120 Min)	3/120
2	Wirtschaftsrecht und Corporate Governance				3		18	57	2			3/120
MA PC Tz 6	Internationale Funktionsbereiche				6		36	114	4			6/120
1	Internationales Marketing				3		18	57	2	Vorlesung	Klausur (120 Min)	3/120
2	Internationales Personalmanagement				3		18	57	2			3/120
MA PC Tz 7	Agiles Personalmanagement und digitale Transformation				6		36	114	4			6/120
1	Agile Methoden moderner Personalarbeit				3		18	57	2	Seminar	Projektarbeit / Präsentation	3/120
2	Steuerung digitaler Transformationsprozesse				3		18	57	2	Seminar	Klausur (60 Min)	3/120
MA PC Tz 8	Angewandte BWL II (Reales Unternehmensprojekt)				6		36	114	4			6/120
1	Business Projekt / Fallstudienprojekt				6		36	114	4	Projektarbeit	Präsentation / Bericht	6/120
MA PC Tz 9	Globale Märkte				6		36	114	4			6/120
1	VWL und Wirtschaftspolitik				3		18	57	2	Vorlesung	Klausur (120 Min)	3/120
2	Global Supply Chain Management				3		18	57	2			3/120
MA PC Tz 10	Personal- und Organisationsentwicklung in Change-Prozessen				6		36	114	4			6/120
1	Organisationsentwicklung und Cultural Change				3		18	57	2	Seminar	Klausur (60 Min)	3/120
2	Personalentwicklung und Coaching				3		18	57	2	Seminar	Projektarbeit / Präsentation	3/120
MA PC Tz 11	Angewandte BWL III (Computergestütztes Strategiespiel)				6		36	114	4			6/120
1	Management Simulation Game				6		36	114	4	Planspiel	Präsentation / Gruppenarbeit	6/120
MA PC Tz 12 a-c	Fremdsprachentraining oder Business Skills Training	3	3	3			54	171	6	Seminar	Klausur / Beteiligung	je 3/120
MA PC Tz 13	Soziale und kreative Kompetenzen						54	171	6			je 3/120
MA PC Tz 13a	Team- und Selbstmanagement	3					18	57	2	Seminar	Präsentation	3/120
MA PC Tz 13b	Kreatives Denken und Innovation				3		18	57	2	Seminar	Präsentation	3/120
MA PC Tz 13c	Führungsverhalten				3		18	57	2	Seminar	Präsentation	3/120
MA PC Tz 14	Digital Start-up-Management – Innovation Lab				6		18	132	2	Seminar	Präsentation und Bericht	6/120
MA PC Tz 15	Masterthesis				4	26	18	732	2			30/120
1	Vorbereitung Masterarbeit				4		18	82	2	Tutorium	Präsentation	4/120
2	Masterarbeit					26		650				Thesis
Summe		24	24	24	22	26	540	2460	60			
Summe Credit Points und Workload						120		3000				

Stand: 2020_04_20

Zunächst stehen im Masterstudiengang Personal- und Changemanagement Managementinhalte wie „Digitales Management“, „Change Management“ und „Investitions- und Finanzierungsrechnung“ sowie „Unternehmensrechnung und Jahresabschlussanalyse“ im Vordergrund, die eine Vertiefung und Erweiterung betriebswirtschaftlichen Wissens für das Management in einer globalisierten Welt zum Ziel haben und für den Erwerb von Managementfähigkeiten erforderlich sind.

Schon zu Beginn des Studiums trägt gemäß den Angaben im Selbstbericht die studienangewandte Ausrichtung eine hohe Bedeutung, um den Studierenden eine vertiefte Wissensbasis in fachlichen Problemstellungen des Personal- und Changemanagements anzueignen. So werden in den ersten beiden Fachsemestern Personal- und Changemanagementinhalte in den Modulen „Digital Leadership“, „New Work und Personal 4.0“, „Internationales Personalmanagement“, „Agile Methoden moderner Personalarbeit“ sowie „Steuerung digitaler Transformationsprozesse“ behandelt. Gleichzeitig wird auf konkrete praxisbezogene Aspekte, zum Beispiel durch Fallstudien aus dem Bereich des jeweiligen Faches, eingegangen.

Das dritte Fachsemester beinhaltet weitere dem Studiengang entsprechende spezifische Lehrveranstaltungen. Diese Inhalte wurden gesondert ausgewählt, um dem aktuellen Wirtschaftsgeschehen und arbeitsmarktrelevanten Ansprüchen Folge zu leisten. Darunter fallen u.a. die Module „Organisationsentwicklung und Cultural Change“ und „Personalentwicklung und Coaching“. Die Studierenden sollen anhand dieser Lehrveranstaltungen zu einem besonders ausgeprägten Fachwissen im Personal- und Changemanagement befähigt werden, um auf potentielle berufliche Einsatzfelder und auf die aktuellen Anforderungen am Markt vorbereitet zu sein.

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Das Gutachtergremium ist der Ansicht, dass die Erreichung der in diesem Studiengang festgelegten Qualifikationsziele durch den curricularen Aufbau wie auch durch die im Curriculum auffindbaren Inhalte gewährleistet wird. Die Studierenden werden mittels der definierten Lernergebnisse grundsätzlich dazu befähigt, wissenschaftliche Theorie und Methodik auf Masterniveau anzuwenden und diese im Rahmen der Abschlussarbeit umzusetzen (siehe Empfehlung § 11 StudakVO).

Es handelt sich um einen Masterstudiengang, der die Bereiche Personal- und Changemanagement miteinander verbindet. Die Kompetenzen der Bereiche sind nach Einschätzung des Gutachtergremiums grundsätzlich ausgewogen verteilt und rechtfertigen die Wahl des Abschlussgrads und der Abschlussbezeichnung. Seiner Ansicht nach legt die Hochschule einen stärkeren Fokus auf allgemeinere Themen des Personal- und Changemanagements. Das Gutachtergremium kann dem folgen, da es mit den im Curriculum vermittelten Inhalten als hinreichend ansieht, dass die Absolventen einer qualifizierten Erwerbstätigkeit nachgehen können. Es würde dennoch einen zusätzlichen Mehrwert für die Studierenden geben, wenn ein Schwerpunkt auf fachspezifischeren Themen (z.B. Beratung (Outplacement), Social Media) gelegt würde.

Entscheidungsvorschlag

Erfüllt

Studiengang 03: Entrepreneurship und Innovationsmanagement (M.A.)

Sachstand

Das Curriculum des Studiengangs ist wie folgt aufgebaut:

Vollzeit-Variante:

Modul Nr.	Modul/Teilmodul	Credit Points in Semester				Gesamt			Veranstaltungsform z.B. Vorlesung, Seminar	Prüfungsleistungen (Dauer in Min) sowie Prüfungsform	Gewicht für Gesamtnote
		1.	2.	3.	4.	Stunden Präsenzstudium	Stunden Selbststudium	SWS			
MA EI Vz 1	Angewandte BWL I (Fallstudienanalyse)	6				42	108	4			6/110
1	Case Lab	3				21	54	2	Seminar	Projektarbeit / Präsentation	3/110
2	Analyse- und Strategietools	3				21	54	2	Seminar	Projektarbeit / Präsentation	3/110
MA EI Vz 2	Strategien und Wandel	6				42	108	4			6/110
1	Digitales Management	3				21	54	2	Vorlesung	Klausur (120 Min)	3/110
2	Change Management	3				21	54	2			3/110
MA EI Vz 3	Finanzwirtschaft	6				42	108	4			6/110
1	Investitions- und Finanzierungsrechnung	3				21	54	2	Vorlesung	Klausur (120 Min)	3/110
2	Unternehmensrechnung und Jahresabschlussanalyse	3				21	54	2			3/110
MA EI Vz 4	Geschäftsmodelle im digitalen Kontext	6				42	108	4			6/110
1	Unternehmerisches & innovatives Denken	3				21	54	2	Seminar	Hausarbeit	3/110
2	Geschäftsmodellentwicklung und Management von Start-Ups	3				21	54	2	Seminar	Klausur (60 Min)	3/110
MA EI Vz 5	Unternehmensverantwortung	6				42	108	4			6/110
1	Corporate Social Responsibility	3				21	54	2	Vorlesung	Klausur (120 Min)	3/110
2	Wirtschaftsrecht und Corporate Governance	3				21	54	2			3/110
MA EI Vz 6	Internationale Funktionsbereiche	6				42	108	4			6/110
1	Internationales Marketing	3				21	54	2	Vorlesung	Klausur (120 Min)	3/110
2	Internationales Personalmanagement	3				21	54	2			3/110
MA EI Vz 7	International Entrepreneurship und Innovation	6				42	108	4			6/110
1	International Entrepreneurship	3				21	54	2	Seminar	Hausarbeit	3/110
2	Innovationsmanagement	3				21	54	2	Seminar	Klausur (60 Min)	3/110
MA EI Vz 8	Angewandte BWL II (Reales Unternehmensprojekt)	6				42	108	4			6/110
1	Business Projekt	6				42	108	4	Seminar	Präsentation / Bericht	6/110
MA EI Vz 9	Globale Märkte		6			42	108	4			6/110
1	VWL und Wirtschaftspolitik		3			21	54	2	Vorlesung	Klausur (120 Min)	3/110
2	Global Supply Chain Management		3			21	54	2			3/110
MA EI Vz 10	Wachstum & Finanzierung von Start-Ups	6				42	108	4			6/110
1	Unternehmen in der Netzwerkökonomie		3			21	54	2	Seminar	Hausarbeit	3/110
2	Wachstum und Finanzierung von Start-Ups		3			21	54	2	Seminar	Klausur (60 Min)	3/110
MA EI Vz 11	Angewandte BWL III (Computergestütztes Strategiespiel)	6				42	108	4			6/110
1	Management Simulation Game		6			42	108	4	Seminar	Präsentation / Gruppenarbeit	6/110
MA EI Vz 12	Business Wahlfächer	3	3			42	108	4			6/110
MA EI Vz 12a	Business Wahlfach I	3				21	54	2	Seminar	Variabel	3/110
MA EI Vz 12b	Business Wahlfach II		3			21	54	2	Seminar	Variabel	3/110
MA EI Vz 13 a-c	Fremdsprachentraining	2	2	2		63	87	6	Seminar	Klausur / Beteiligung	je 2/110
MA EI Vz 14	Soziale und kreative Kompetenzen					63	87	6			je 2/110
MA EI Vz 14a	Team- und Selbstmanagement	2				21	29	2	Seminar	Präsentation	2/110
MA EI Vz 14b	Kreatives Denken und Innovation		2			21	29	2	Seminar	Präsentation	2/110
MA EI Vz 14c	Führungsverhalten			2		21	29	2	Seminar	Präsentation	2/110
MA EI Vz 15	Praktikum		4	6			250		Praktikum	Praktikumsbericht	6/110
MA EI Vz 16	Masterthesis		2	24		21	629	2			26/110
1	Vorbereitung Masterarbeit			2		21	29	2	Tutorium		2/110
2	Masterarbeit				24		600			Thesis	24/110
Summe		28	31	31	30	651	2349	62			
Summe Credit Points und Workload					120		3000				

Stand: 2020_07_17

Berufsbegleitende Variante:

Modul Nr.	Modul/Teilmodul	Credit Points in Semester					Gesamt			Veranstaltungsform z.B. Vorlesung, Seminar	Prüfungsleistungen (Dauer in Min) sowie Prüfungsform	Gewicht für Gesamtnote
		1.	2.	3.	4.	5.	Stunden Präsenz- u. Onlinestudium (LE)	Stunden Selbststudium	SWS			
MA EI Tz 1	Angewandte BWL I (Fallstudienanalyse)	6					36	114	4			6/120
1	Case Lab	3					18	57	2	Seminar	Projektarbeit / Präsentation	3/120
2	Analyse- und Strategietools	3					18	57	2	Seminar	Projektarbeit / Präsentation	3/120
MA EI Tz 2	Strategien und Wandel	6					36	114	4			6/120
1	Digitales Management	3					18	57	2	Vorlesung	Klausur (120 Min)	3/120
2	Change Management	3					18	57	2			3/120
MA EI Tz 3	Finanzwirtschaft	6					36	114	4			6/120
1	Investitions- und Finanzierungsrechnung		3				18	57	2	Vorlesung	Klausur (120 Min)	3/120
2	Unternehmensrechnung und Jahresabschlussanalyse		3				18	57	2			3/120
MA EI Tz 4	Geschäftsmodelle im digitalen Kontext	6					36	114	4			6/120
1	Unternehmerisches & innovatives Denken	3					18	57	2	Seminar	Hausarbeit	3/120
2	Geschäftsmodellentwicklung und Management von Start-Ups	3					18	57	2	Seminar	Klausur (80 Min)	3/120
MA EI Tz 5	Unternehmensverantwortung				6		36	114	4			6/120
1	Corporate Social Responsibility				3		18	57	2	Vorlesung	Klausur (120 Min)	3/120
2	Wirtschaftsrecht und Corporate Governance				3		18	57	2			3/120
MA EI Tz 6	Internationale Funktionsbereiche			6			36	114	4			6/120
1	Internationales Marketing			3			18	57	2	Vorlesung	Klausur (120 Min)	3/120
2	Internationales Personalmanagement			3			18	57	2			3/120
MA EI Tz 7	International Entrepreneurship und Innovation	6					36	114	4			6/120
1	International Entrepreneurship		3				18	57	2	Seminar	Hausarbeit	3/120
2	Innovationsmanagement		3				18	57	2	Seminar	Klausur (80 Min)	3/120
MA EI Tz 8	Angewandte BWL II (Reales Unternehmensprojekt)	6					36	114	4			6/120
1	Business Projekt / Fallstudienprojekt		6				36	114	4	Projektarbeit	Präsentation / Bericht	6/120
MA EI Tz 9	Globale Märkte				6		36	114	4			6/120
1	VWL und Wirtschaftspolitik				3		18	57	2	Vorlesung	Klausur (120 Min)	3/120
2	Global Supply Chain Management				3		18	57	2			3/120
MA EI Tz 10	Wachstum & Finanzierung von Start-Ups				6		36	114	4			6/120
1	Unternehmen in der Netzwerkökonomie				3		18	57	2	Seminar	Hausarbeit	3/120
2	Wachstum und Finanzierung von Start-Ups				3		18	57	2	Seminar	Klausur (80 Min)	3/120
MA EI Tz 11	Angewandte BWL III (Computergestütztes Strategiespiel)				6		36	114	4			6/120
1	Management Simulation Game				6		36	114	4	Planspiel	Präsentation / Gruppenarbeit	6/120
MA EI Tz 12 a-c	Fremdsprachentraining oder Business Skills Training	3	3	3			54	171	6			je 3/120
MA EI Tz 13	Soziale und kreative Kompetenzen						54	171	6			je 3/120
MA EI Tz 13a	Team- und Selbstmanagement	3					18	57	2	Seminar	Präsentation	3/120
MA EI Tz 13b	Kreatives Denken und Innovation		3				18	57	2	Seminar	Präsentation	3/120
MA EI Tz 13c	Führungsverhalten			3			18	57	2	Seminar	Präsentation	3/120
MA EI Tz 14	Digital Start-up-Management – Innovation Lab				6		18	132	2			6/120
MA EI Tz 15	Masterthesis				4	26	18	732	2			30/120
1	Vorbereitung Masterarbeit				4		18	82	2	Tutorium	Präsentation	4/120
2	Masterarbeit					26		650			Thesis	26/120
Summe		24	24	24	22	26	540	2460	60			
Summe Credit Points und Workload						120		3000				

Stand: 2020_07_17

Schon zu Beginn des Studiums trägt gemäß den Angaben im Selbstbericht die studien-gangspezifische Ausrichtung eine hohe Bedeutung, um den Studierenden eine vertiefte Wis-sensbasis in fachlichen Problemstellungen des Entrepreneurship und Innovationsmanagements anzueignen. So werden in den ersten beiden Fachsemestern Entrepreneurship- und Innovati-onsmanagementinhalte in den Modulen „Unternehmerisches & innovatives Denken“, „Ge-schäftsmodellentwicklung und Management von Start-Ups“, „International Entrepreneurship“ sowie „Innovationsmanagement“ behandelt. Gleichzeitig wird auf konkrete praxisbezogene As-pekten, zum Beispiel durch Fallstudien aus dem Bereich des jeweiligen Faches, eingegangen. Das dritte Fachsemester beinhaltet weitere Entrepreneurship- und Innovationsmanagement-spezifische Lehrveranstaltungen. Diese Inhalte wurden gesondert ausgewählt, um dem aktuel-len Wirtschaftsgeschehen und arbeitsmarktrelevanten Ansprüchen Folge zu leisten. Darunter fallen u.a. die Module „Unternehmen in der Netzwerkökonomie“ und „Wachstum und Finanzie-rung von Start-Ups“. Die Studierenden werden anhand dieser Lehrveranstaltungen zu einem besonders ausgeprägten Fachwissen im Entrepreneurship- und Innovationsmanagement befä-

higt, um auf potentielle berufliche Einsatzfelder und auf die aktuellen Anforderungen am Markt vorbereitet zu sein.

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Das Gutachtergremium ist der Ansicht, dass die Erreichung der in diesem Studiengang festgelegten Qualifikationsziele durch den curricularen Aufbau wie auch durch die im Curriculum auffindbaren Inhalte gewährleistet wird. Die Studierenden werden mittels der definierten Lernergebnisse grundsätzlich dazu befähigt, wissenschaftliche Theorie und Methodik auf Masterniveau anzuwenden und diese im Rahmen der Abschlussarbeit umzusetzen (siehe Empfehlung § 11 StudakVO).

Es handelt sich um einen Masterstudiengang, der die Bereiche Innovationsmanagement und Entrepreneurship miteinander verbindet. Das Gutachtergremium begrüßt insbesondere, dass die Hochschule Anmerkungen und Hinweise aus der Begutachtung vor Ort aufgenommen und umgesetzt hat. So wurde das Thema „Innovation“ noch stärker in das Curriculum integriert, um die Bereiche Innovationsmanagement und Entrepreneurship ausgewogener im Curriculum abzubilden. Beispielsweise wurde die Lehrveranstaltung „Unternehmerisches & innovatives Denken“ hinzugefügt, die die vorherige Veranstaltung „Der Entrepreneur im Zeitalter der Digitalisierung“ ersetzt. Die Kompetenzen der Bereiche sind nach Einschätzung des Gutachtergremiums durch die Anpassungen ausgewogen verteilt. Die Wahl des Abschlussgrads und der Abschlussbezeichnung ist dadurch gerechtfertigt.

Entscheidungsvorschlag

Erfüllt

Studiengang 04: Management in Familienunternehmen (M.A.)

Sachstand

Das Curriculum des Studiengangs ist wie folgt aufgebaut:

Vollzeit-Variante:

Modul Nr.	Modul/Teilmodul	Credit Points in Semester				Gesamt			Veranstaltungsform z.B. Vorlesung, Seminar	Prüfungsleistungen (Dauer in Min) sowie Prüfungsform	Gewicht für Gesamtnote
		1.	2.	3.	4.	Stunden Präsenzstudium	Stunden Selbststudium	SWS			
MA MNF Vz 1	Angewandte BWL I (Fallstudienanalyse)	6				42	108	4			6/110
1	Case Lab	3				21	54	2	Seminar	Projektarbeit / Präsentation	3/110
2	Analyse- und Strategietools	3				21	54	2	Seminar	Projektarbeit / Präsentation	3/110
MA MNF Vz 2	Strategien und Wandel	6				42	108	4			6/110
1	Digitales Management	3				21	54	2	Vorlesung	Klausur (120 Min)	3/110
2	Change Management	3				21	54	2			3/110
MA MNF Vz 3	Finanzwirtschaft	6				42	108	4			6/110
1	Investitions- und Finanzierungsrechnung	3				21	54	2	Vorlesung	Klausur (120 Min)	3/110
2	Unternehmensrechnung und Jahresabschlussanalyse	3				21	54	2			3/110
MA MNF Vz 4	Management von Familienunternehmen	6				42	108	4			6/110
1	Strategisches Markenmanagement von Familienunternehmen	3				21	54	2	Seminar	Klausur (60 Min)	3/110
2	Familienunternehmen im internationalen Kontext	3				21	54	2	Seminar	Hausarbeit	3/110
MA MNF Vz 5	Unternehmensverantwortung	6				42	108	4			6/110
1	Corporate Social Responsibility	3				21	54	2	Vorlesung	Klausur (120 Min)	3/110
2	Wirtschaftsrecht und Corporate Governance	3				21	54	2			3/110
MA MNF Vz 6	Internationale Funktionsbereiche	6				42	108	4			6/110
1	Internationales Marketing	3				21	54	2	Vorlesung	Klausur (120 Min)	3/110
2	Internationales Personalmanagement	3				21	54	2			3/110
MA MNF Vz 7	Technischer Wandel und Krisenmanagement	6				42	108	4			6/110
1	Technischer Wandel und Geschäftsmodelle im digitalen Kontext	3				21	54	2	Seminar	Klausur (60 Min)	3/110
2	Konflikt- und Krisenmanagement in Familienunternehmen	3				21	54	2	Seminar	Hausarbeit	3/110
MA MNF Vz 8	Angewandte BWL II (Reales Unternehmensprojekt)	6				42	108	4			6/110
1	Business Projekt	6				42	108	4	Seminar	Präsentation / Bericht	6/110
MA MNF Vz 9	Globale Märkte		6			42	108	4			6/110
1	VWL und Wirtschaftspolitik		3			21	54	2	Vorlesung	Klausur (120 Min)	3/110
2	Global Supply Chain Management		3			21	54	2			3/110
MA MNF Vz 10	Rechtliche Rahmenbedingungen und Nachfolgestrategien	6				42	108	4			6/110
1	Rechtliche Rahmenbedingungen in Familienunternehmen		3			21	54	2	Seminar	Klausur (120 Min)	3/110
2	Unternehmensbewertung und Nachfolgestrategien		3			21	54	2	Seminar		3/110
MA MNF Vz 11	Angewandte BWL III (Computergestütztes Strategiespiel)	6				42	108	4			6/110
1	Management Simulation Game	6				42	108	4	Seminar	Präsentation / Gruppenarbeit	6/110
MA MNF Vz 12	Business Wahlfächer	3	3			42	108	4			6/110
MA MNF Vz 12a	Business Wahlfach I		3			21	54	2	Seminar	Variabel	3/110
MA MNF Vz 12a	Business Wahlfach II		3			21	54	2	Seminar	Variabel	3/110
MA MNF Vz 13 a-c	Fremdsprachentraining	2	2	2		63	87	6	Seminar	Klausur / Beteiligung	je 2/110
MA MNF Vz 14	Soziale und kreative Kompetenzen					63	87	6			je 2/110
MA MNF Vz 14a	Team- und Selbstmanagement	2				21	29	2	Seminar	Präsentation	2/110
MA MNF Vz 14b	Kreatives Denken und Innovation		2			21	29	2	Seminar	Präsentation	2/110
MA MNF Vz 14c	Führungsverhalten		2			21	29	2	Seminar	Präsentation	2/110
MA MNF Vz 15	Praktikum		4	6			250		Praktikum	Praktikumsbericht	6/110
MA MNF Vz 16	Masterthesis			2	24	21	629	2			26/110
1	Vorbereitung Masterarbeit			2	24	21	29	2	Tutorium		2/110
2	Masterarbeit				24		600			Thesis	24/110
Summe		28	31	31	30	651	2349	62			
Summe Credit Points und Workload					120		3000				

Stand: 2020_07_17

Berufsbegleitende Variante:

Modul Nr.	Modul/Teilmodul	Credit Points in Semester					Gesamt			Veranstaltungsform z.B. Vorlesung, Seminar	Prüfungsleistungen (Dauer in Min) sowie Prüfungsform	Gewicht für Gesamtnote
		1.	2.	3.	4.	5.	Stunden Präsenz- u. Onlinestudium (LE)	Stunden Selbststudium	SWG			
MA MNF Tz 1	Angewandte BWL I (Fallstudienanalyse)	6					36	114	4			6/120
1	Case Lab	3					18	57	2	Seminar	Projektarbeit / Präsentation	3/120
2	Analyse- und Strategietools	3					18	57	2	Seminar	Projektarbeit / Präsentation	3/120
MA MNF Tz 2	Strategien und Wandel	6					36	114	4			6/120
1	Digitales Management	3					18	57	2			3/120
2	Change Management	3					18	57	2	Vorlesung	Klausur (120 Min)	3/120
MA MNF Tz 3	Finanzwirtschaft	6					36	114	4			6/120
1	Investitions- und Finanzierungsrechnung		3				18	57	2			3/120
2	Unternehmensrechnung und Jahresabschlussanalyse		3				18	57	2	Vorlesung	Klausur (120 Min)	3/120
MA MNF Tz 4	Management von Familienunternehmen	6					36	114	4			6/120
1	Strategisches Markenmanagement von Familienunternehmen	3					18	57	2	Seminar	Klausur (60 Min)	3/120
2	Familienunternehmen im internationalen Kontext	3					18	57	2	Seminar	Hausarbeit	3/120
MA MNF Tz 5	Unternehmensverantwortung				6		36	114	4			6/120
1	Corporate Social Responsibility				3		18	57	2			3/120
2	Wirtschaftsrecht und Corporate Governance				3		18	57	2	Vorlesung	Klausur (120 Min)	3/120
MA MNF Tz 6	Internationale Funktionsbereiche			6			36	114	4			6/120
1	Internationales Marketing			3			18	57	2			3/120
2	Internationales Personalmanagement			3			18	57	2	Vorlesung	Klausur (120 Min)	3/120
MA MNF Tz 7	Technischer Wandel und Krisenmanagement	6					36	114	4			6/120
1	Technischer Wandel und Geschäftsmodelle im digitalen Kontext		3				18	57	2	Seminar	Klausur (60 Min)	3/120
2	Konflikt- und Krisenmanagement in Familienunternehmen		3				18	57	2	Seminar	Hausarbeit	3/120
MA MNF Tz 8	Angewandte BWL II (Reales Unternehmensprojekt)	6					36	114	4			6/120
1	Business Projekt / Fallstudienprojekt		6				36	114	4	Projektarbeit	Präsentation / Bericht	6/120
MA MNF Tz 9	Globale Märkte				6		36	114	4			6/120
1	VWL und Wirtschaftspolitik				3		18	57	2			3/120
2	Global Supply Chain Management				3		18	57	2	Vorlesung	Klausur (120 Min)	3/120
MA MNF Tz 10	Rechtliche Rahmenbedingungen und Nachfolgestrategien			6			36	114	4			6/120
1	Rechtliche Rahmenbedingungen in Familienunternehmen			3			18	57	2	Seminar		3/120
2	Unternehmensbewertung und Nachfolgestrategien			3			18	57	2	Seminar	Klausur (120 Min)	3/120
MA MNF Tz 11	Angewandte BWL III (Computergestütztes Strategiespiel)				6		36	114	4			6/120
1	Management Simulation Game				6		36	114	4	Planspiel	Präsentation / Gruppenarbeit	6/120
MA MNF Tz 12 a-c	Fremdsprachentraining oder Business Skills Training	3	3	3			54	171	6	Seminar	Klausur / Beteiligung	je 3/120
MA MNF Tz 13	Soziale und kreative Kompetenzen						54	171	6			je 3/120
MA MNF Tz 13a	Team- und Selbstmanagement		3				18	57	2	Seminar	Präsentation	3/120
MA MNF Tz 13b	Kreatives Denken und Innovation		3				18	57	2	Seminar	Präsentation	3/120
MA MNF Tz 13c	Führungsverhalten			3			18	57	2	Seminar	Präsentation	3/120
MA MNF Tz 14	Digital Start-up-Management – Innovation Lab				6		18	132	2	Seminar	Präsentation und Bericht	6/120
MA MNF Tz 15	Masterthesis				4	26	18	732	2			30/120
1	Vorbereitung Masterarbeit				4		18	82	2	Tutorium	Präsentation	4/120
2	Masterarbeit					26		650			Thesis	26/120
Summe		24	24	24	22	26	540	2460	60			
Summe Credit Points und Workload					120			3000				

Stand: 2020_04_20

Schon zu Beginn des Studiums trägt die studiengangspezifische Ausrichtung eine hohe Bedeutung, um den Studierenden eine vertiefte Wissensbasis in fachlichen Problemstellungen zum Management und zur Nachfolge in Familienunternehmen anzueignen. So werden in den ersten beiden Fachsemestern Marketinginhalte in den Modulen „Strategisches Markenmanagement von Familienunternehmen“, „Familienunternehmen im internationalen Kontext“, „Technischer Wandel und Geschäftsmodelle im digitalen Kontext“ sowie „Konflikt- und Krisenmanagement in Familienunternehmen“ behandelt. Gleichzeitig wird auf konkrete praxisbezogene Aspekte, zum Beispiel durch Fallstudien aus dem Bereich des jeweiligen Faches, eingegangen.

Das dritte Fachsemester beinhaltet weitere spezifische Lehrveranstaltungen zum Management und zur Nachfolge in Familienunternehmen. Diese Inhalte wurden gesondert ausgewählt, um dem aktuellen Wirtschaftsgeschehen und arbeitsmarktrelevanten Ansprüchen Folge zu leisten. Darunter fallen u.a. die Module „Rechtliche Rahmenbedingungen in Familienunternehmen“ und „Unternehmensbewertung und Nachfolgestrategien“. Die Studierenden werden anhand dieser Lehrveranstaltungen zu einem besonders ausgeprägten Fachwissen zum Management und zur Nachfolge in Familienunternehmen befähigt, um auf potentielle berufliche Einsatzfelder und auf die aktuellen Anforderungen am Markt vorbereitet zu sein.

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Das Gutachtergremium ist der Ansicht, dass die Erreichung der in diesem Studiengang festgelegten Qualifikationsziele durch den curricularen Aufbau wie auch durch die im Curriculum auffindbaren Inhalte gewährleistet wird. Die Studierenden werden mittels der definierten Lernergebnisse grundsätzlich dazu befähigt, wissenschaftliche Theorie und Methodik auf Masterniveau anzuwenden und diese im Rahmen der Abschlussarbeit umzusetzen (siehe Empfehlung § 11 StudakVO).

Die Bezeichnung des Studiengangs lautete zum Zeitpunkt der Begehung „Management und Nachfolge von Familienunternehmen“. Nach Einschätzung des Gutachtergremiums war das Thema „Nachfolge“ jedoch nicht ausreichend im Curriculum enthalten, um eine entsprechende Schwerpunktsetzung im Rahmen der Studiengangsbezeichnung zu rechtfertigen. Die Hochschule hat die Anmerkungen des Gutachtergremiums aufgegriffen und die Bezeichnung dahingehend angepasst, dass „Nachfolge“ gestrichen wurde. Das Gutachtergremium begrüßt, dass die Hochschule den Empfehlungen gefolgt ist und erachtet die zu vermittelnden Themen und Inhalte nun als ausgewogen. Es ist der Ansicht, dass die Wahl des Abschlussgrads und der neuen Abschlussbezeichnung gerechtfertigt ist.

Entscheidungsvorschlag

Erfüllt

Studiengang 05: Business Psychology and Management (M.Sc.)

Sachstand

Das Curriculum des Studiengangs ist wie folgt aufgebaut:

Vollzeit-Variante:

Module No.	Title of Module / Submodule	Credit Points in Semester				Total			Method of Instruction L: Lecture S: Seminar T: Tutorial	Form of Examination and its duration	Weight of exam related to final grade
		1.	2.	3.	4.	Hours in Class	Hours Self-Study	Teaching hours per Week (based on 14 weeks)			
MSc BP & M FT 1	Economics and Empirical Methods for Business	6				42	108	4			6 / 110
1	Business Economics	3				21	54	2	L/S	60min Exam	3/110
2	Empirical Research Methods	3				21	54	2	L/S	Term Paper	3/110
MSc BP & M FT 2	Strategic Management in Times of Change	6				42	108	4			6 / 110
1	Strategic Analysis and Management	3				21	54	2	L/S	120min Exam	3/110
2	Innovation Management and Digital Transformation	3				21	54	2	L/S		3/110
MSc BP & M FT 3	Responsible Corporate Management	6				42	108	4			6 / 110
1	Corporate Social Responsibility	3				21	54	2	L/S	120min Exam	3/110
2	Corporate Governance	3				21	54	2	L/S		3/110
MSc BP & M FT 4	Introduction to General Psychology and Decision Making	6				42	108	4			6 / 110
1	General Psychology	3				21	54	2	L/S	120min Exam	3/110
2	Psychological Decision Making and Responsibility	3				21	54	2	L/S		3/110
MSc BP & M FT 5	International Economics and Managerial Accounting		6			42	108	4			6 / 110
1	International Economics		3			21	54	2	L/S	120min Exam	3/110
2	Applied Management Accounting		3			21	54	2	L/S		3/110
MSc BP & M FT 6	Business Elective I & Psychology in Digital Business		6			42	108	4			6 / 110
1	Business Elective		3			21	54	2	L/S	Varying	3/110
2	Psychology in Digital Leadership & Agile Management		3			21	54	2	L/S	60min Exam	3/110
MSc BP & M FT 7	Consumer Psychology and Sales		6			42	108	4			6 / 110
1	Advertising Psychology & Sales Management		3			21	54	2	L/S	Term Paper	3/110
2	Market Research & Marketing Psychology		3			21	54	2	L/S	60min Exam	3/110
MSc BP & M FT 8	Business Project		6			42	108	4	L/S	Presentation / Report	6 / 110
MSc BP & M FT 9	Organisational Psychology			6		42	108	4			6 / 110
1	Work and Organisational Psychology			3		21	54	2	L/S	60min Exam	3/110
2	Human Resource Development and Coaching			3		21	54	2	L/S	Presentation / Term Paper	3/110
MSc BP & M FT 10	Business Elective II & Applied Business Psychology			6		42	108	4			6 / 110
1	Business Elective			3		21	54	2	L/S	Varying	3/110
2	Modern Trends of Applied Business Psychology			3		21	54	2	L/S	60min Exam	3/110
MSc BP & M FT 11	Assessing and Strategizing			6		42	108	4			6 / 110
1	Psychological Testing, Assessment & Statistics			3		21	54	2	L/S	60min Exam	3/110
2	Business Simulation Game			3		21	54	2	L/S	Presentation / Group Work	3/110
MSc SoSk FT 12	Advanced Intercultural Team Leadership		2			21	29	2	S	Presentation / Participation	2 / 110
MSc SoSk FT 13	Project and Change Management			2		21	29	2	S	Presentation	2 / 110
MSc SoSk FT 14	Skills Elective				2	21	29	2	S	Varying	2 / 110
MSc LCS FT 15	Language & Communication Skills I		2			21	29	2	S	60 min Exam / Participation	2 / 110
MSc LCS FT 16	Language & Communication Skills II			2		21	29	2	S	60 min Exam / Participation	2 / 110
MSc LCS FT 17	Language & Communication Skills III				2	21	29	2	S	60 min Exam / Participation	2 / 110
MSc BP & M FT 18	Applied Research Methods					63	87	6			
MSc BP & M FT 18 a	Applied qualitative Research		2			21	29	2	S	Course Work / Research	2 / 110
MSc BP & M FT 18 b	Applied quantitative Research			2		21	29	2	S	Course Work / Research	2 / 110
MSc BP & M FT 18 c	Experimental Research				2	21	29	2	S	Course Work / Experiment	2 / 110
MSc BP & M FT 19	Internship			4	6		250			Report	0 / 110
MSc BP & M FT 20	Master Thesis Module			2	24	21	629	2			26 / 110
1	Master Thesis Tutorial				2	21	29	2	T	Thesis	26 / 110
2	Master Thesis				24	0	600	0			
Sum		30	30	30	30	672	2328	64			
Sum Credit Points and Workload						120	3000				

Stand: 2020_04_20

Berufsbegleitende Variante:

Module No.	Title of Module / Submodule	Credit Points in Semester					Total			Method of Instruction L: Lecture S: Seminar T: Tutorial	Form of Examination and its duration	Weight of exam related to final grade
		1.	2.	3.	4.	5.	Hours in Class / Online Learning	Hours Self-Study	Teaching hours per Week			
MSc BP & M PT 1	Economics and Empirical Methods for Business	6					36	114	4		6 / 120	
1	Business Economics	3					18	57	2	L/S	60min Exam	3/120
2	Empirical Research Methods	3					18	57	2	L/S	Term Paper	3/120
MSc BP & M PT 2	Strategic Management in Times of Change	6					36	114	4		6 / 120	
1	Strategic Analysis and Management	3					18	57	2	L/S	120min Exam	3/120
2	Innovation Management and Digital Transformation	3					18	57	2	L/S		3/120
MSc BP & M PT 3	Responsible Corporate Management	6					36	114	4		6 / 120	
1	Corporate Social Responsibility	3					18	57	2	L/S	120min Exam	3/120
2	Corporate Governance	3					18	57	2	L/S		3/120
MSc BP & M PT 4	Introduction to General Psychology and Decision Making	6					36	114	4		6 / 120	
1	General Psychologie	3					18	57	2	L/S	120min Exam	3/120
2	Psychological Decision Making and Responsibility	3					18	57	2	L/S		3/120
MSc BP & M PT 5	International Economics and Managerial Accounting	6					36	114	4		6 / 120	
1	International Economics	3					18	57	2	L/S	120min Exam	3/120
2	Applied Management Accounting	3					18	57	2	L/S		3/120
MSc BP & M PT 6	Business Elective I & Psychology in Digital Business			6			36	114	4		6 / 120	
1	Business Elective			3			18	57	2	L/S	Varying	3/120
2	Psychology in Digital Leadership & Agile Management			3			18	57	2	L/S	60min Exam	3/120
MSc BP & M PT 7	Consumer Psychology and Sales	6					36	114	4		6 / 120	
1	Advertising Psychology & Sales Management			3			18	57	2	L/S	Term Paper	3/120
2	Market Research & Marketing Psychology			3			18	57	2	L/S	60min Exam	3/120
MSc BP & M PT 8	Business Project - Case Challenge			6			18	132	2	L/S	Presentation/ Term Paper	6 / 120
MSc BP & M PT 9	Organisational Psychology			6			36	114	4		6 / 120	
1	Work and Organisational Psychology			3			18	57	2	L/S	60min Exam	3/120
2	Human Resource Development and Coaching			3			18	57	2	L/S	Presentation / Term Paper	3/120
Mac BP & M PT 10	Business Elective II & Applied Business Psychology			6			36	114	4		6 / 120	
1	Business Elective			3			18	57	2	L/S	Varying	3/120
2	Modern Trends of Applied Business Psychology			3			18	57	2	L/S	60min Exam	3/120
MSc BP & M PT 11	Assessing and Strategizing			6			36	114	4		6 / 120	
1	Psychological Testing, Assessment & Statistics			3			18	57	2	L/S	60min Exam	3/120
2	Business Simulation Game			3			18	57	2	L/S	Presentation / Group Work	3/120
Mac BP & M PT 12	Business Elective III			3	3		36	114	4		6 / 120	
1	Business Elective I			3			18	57	2	L/S	Varying	3/120
2	Business Elective II			3			18	57	2	L/S	60min Exam	3/120
MSc SoSk PT 13	Advanced Intercultural Team Leadership		2				18	32	2	S	Presentation / Participation	2 / 120
MSc SoSk PT 14	Project and Change Management		2				18	32	2	S	Presentation	2 / 120
MSc SoSk PT 15	Skills Elective		2				18	32	2	S	Varying	2 / 120
MSc BP & M PT 16	Applied Research Methods						54	96	6			
MSc BP & M PT 16 a	Applied qualitative Research		2				18	32	2	S	Course Work / Research	2 / 120
MSc BP & M PT 16 b	Applied quantitative Research		2				18	32	2	S	Course Work / Research	2 / 120
MSc BP & M PT 16 c	Experimental Research		2				18	32	2	S	Course Work / Experiment	2 / 120
MSc BP & M PT 17	Corporate Entrepreneurship - Innovation Lab			6			18	132	2		Presentation / Report	6 / 120
MSc BP & M PT 18	Master Thesis Module - praxis orientad			4	26		36	714	4			30 / 120
1	Master Thesis Tutorial / Academic Writing			4			36	64	4	T	Thesis	30 / 120
2	Master Thesis				26		0	650	0			
Sum		22	22	25	25	26	576	2424	64			
Sum Credit Points and Workload							120	3000				

Stand: 2020_04_20

Zunächst stehen im Masterstudiengang Business Psychology and Management Managementinhalte wie „Strategic Analysis and Management“, „Innovation Management and Digital Transformation“ sowie „Applied Management Accounting“ im Vordergrund, die eine Vertiefung und Erweiterung betriebswirtschaftlichen Wissens für das Management in einer globalisierten Welt zum Ziel haben und für den Erwerb von Managementfähigkeiten erforderlich sind. Im ersten Teil des Studiums geht es ebenfalls um den Erwerb von volkswirtschaftlichen Kompetenzen („Business Economics“ und „International Economics“), die zur effizienten und effektiven Wahrnehmung der betriebswirtschaftlich ausgerichteten, management- und führungsrelevanten Aufgaben im Unternehmen beachtet werden müssen.

Im Modul „Corporate Social Responsibility“ werden die Studierenden mit ethischen Aspekten in der Unternehmenswelt vertraut gemacht. Die Förderung der Bereitschaft zur Wahrnehmung gesellschaftlicher Verantwortung wird gemäß den Angaben im Selbstbericht auch in allen wesentlichen Modulen integriert vermittelt und gehört zum festen Bestandteil des Studiums.

Schon zu Beginn des Studiums trägt die wirtschaftspsychologische Ausrichtung eine hohe Bedeutung, um den Studierenden eine vertiefte Wissensbasis in fachlichen sowie fachübergrei-

fenden Problemstellungen der Wirtschaftspsychologie anzueignen. So werden in den ersten beiden Fachsemestern die Module „General Psychologie“, „Psychological Decision Making and Responsibility“, „Psychology in Digital Leadership & Agile Management“, „Advertising Psychology & Sales Management“ und „Market Research & Marketing Psychology“ bearbeitet. Gleichzeitig wird auf konkrete praxisbezogene Aspekte, zum Beispiel durch Fallstudien aus dem Bereich des jeweiligen Faches, eingegangen.

Das dritte Fachsemester beinhaltet ausschließlich wirtschaftspsychologische Lehrveranstaltungen. Diese Inhalte der Lehrveranstaltungen wurden laut Selbstbericht gesondert ausgewählt, um dem aktuellen Wirtschaftsgeschehen und arbeitsmarktrelevanten Ansprüchen Folge zu leisten. Darunter fallen die Module „Work and Organisational Psychology“, „Human Resource Development and Coaching“, „Modern Trends of Applied Business Psychology“ sowie „Psychological Testing, Assessment & Statistics“. Die Studierenden sollen anhand dieser Lehrveranstaltungen ein besonders ausgeprägtes wirtschaftspsychologisches Wissen besitzen und auf die potentiellen beruflichen Einsatzfelder und die aktuellen Anforderungen am Markt vorbereitet werden.

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Das Gutachtergremium ist der Ansicht, dass die Erreichung der in diesem Studiengang festgelegten Qualifikationsziele durch den curricularen Aufbau wie auch durch die im Curriculum auffindbaren Inhalte gewährleistet wird. Die Studierenden werden mittels der definierten Lernergebnisse grundsätzlich dazu befähigt, wissenschaftliche Theorie und Methodik auf Masterniveau anzuwenden und diese im Rahmen der Abschlussarbeit umzusetzen (siehe Empfehlung § 11 StudakVO).

Es handelt sich um einen Masterstudiengang, der einen breiten Überblick der Wirtschaftspsychologie vermittelt. Die Kompetenzen der Bereiche Management und Psychologie sind nach Einschätzung des Gutachtergremiums grundsätzlich ausgewogen verteilt und rechtfertigen die Wahl der Abschlussbezeichnung. Die Wahl des Abschlussgrads „of Science“ ist nach Ansicht des Gutachtergremiums ebenfalls gerechtfertigt, da die benötigten quantitativen und statistischen Methoden hinreichend vermittelt werden. Das Gutachtergremium regt jedoch an, diese noch weiter auszubauen. Die Hochschule bietet ebenfalls den deutschsprachigen Studiengang Wirtschaftspsychologie an, der über einen „Master of Arts“ verfügt. Durch den Ausbau im Bereich der quantitativen Methoden könnte sich der vorliegende Studiengang noch stärker von dem „Master of Arts“ der CBS abheben.

Die Psychologieanteile sind im Vergleich zu den Managementanteilen geringer vorhanden. Dies ist jedoch bei Studiengängen mit vergleichbaren Inhalten ebenfalls der Fall, daher ist dieser Punkt aus Sicht des Gutachtergremiums unproblematisch. Es regt jedoch an Fachbereiche wie „Consumer Psychologie“ ebenfalls in das Curriculum zu integrieren.

Mit den im Curriculum vermittelten Inhalten sieht es das Gutachtergremium als hinreichend an, dass die Absolventen einer qualifizierten Erwerbstätigkeit nachgehen können.

Entscheidungsvorschlag

Erfüllt

Mobilität ([§ 12 Abs. 1 Satz 4 StudakVO](#))

Studiengangübergreifende Aspekte

Für die Masterstudiengänge ist gemäß den Angaben im Selbstbericht ein Auslandssemester nur fakultativ vorgesehen. Das Curriculum so konzipiert, dass die Studierenden das 4. Semester zur Recherche und Erstellung der Masterarbeit (frei) nutzen können. Daher besteht die Option, die Masterarbeit an einer ausländischen Partnerhochschule zu erstellen, wobei die CBS mit dem Hauptgutachter die titelvergebende Institution bleibt.

Die Hochschule nimmt darüber hinaus am ERASMUS-Programm der Europäischen Union teil und vermittelt mit Hilfe dieses Programms Studierende an Partnerhochschulen im europäischen Ausland, u.a. in Frankreich, Großbritannien und Spanien. Darüber hinaus bestehen Kooperations- und Austauschabkommen mit einer Reihe von außereuropäischen Hochschulen, zum Beispiel Japan, Korea, Mexiko, Taiwan und den Vereinigten Staaten. Mit insgesamt über 130 Hochschulen aus 39 Ländern liegen schriftliche Vereinbarungen über verschiedene Mobilitätsprogramme vor.

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Die Hochschule hat nach Ansicht des Gutachtergremiums durch die bestehenden Kooperationen mit außereuropäischen Hochschulen und die Teilnahme am ERASMUS-Programm geeignete Rahmenbedingungen geschaffen, um einen Auslandsaufenthalt ohne Zeitverlust zu ermöglichen. Es begrüßt prinzipiell, dass das 4. Semester so konzipiert ist, dass die Abschlussarbeit im Ausland geschrieben werden kann. Allerdings ist es dadurch nach Ansicht des Gutachtergremiums für die Studierenden schwer bis kaum möglich, sich Module für das eigene Studium anerkennen zu lassen, da die Pflichtmodule in der Regel bereits absolviert worden sind. Daher möchte das Gutachtergremium anregen, den Studierenden darüber hinaus zusätzliche Optionen für Auslandsaufenthalte zu ermöglichen. Dadurch könnte die Mobilität weiter verstärkt werden.

Entscheidungsvorschlag

Erfüllt

Personelle Ausstattung ([§ 12 Abs. 2 StudakVO](#))

Studiengangsübergreifende Aspekte

Der Stellenplan der Hochschule sieht zurzeit insgesamt 41 Professuren vor. Die CBS verfügt derzeit über die Fachbereiche International Business, Wirtschaftspsychologie sowie General Management, die jeweils von einem Dekan geleitet werden. Grundsätzlich sind alle Professoren der Hochschule fachbereichsübergreifend in der Lehre tätig.

Die Anzahl an Professoren bzw. Hochschullehrern ergibt sich mittelbar aus § 72 Abs. 1 Nr. 7 HG NRW (des Hochschulgesetzes (HG) des Landes Nordrhein-Westfalen (NRW)). Den Vorgaben entsprechend § 72 HG NRW wird nachgekommen, indem die Lehre im Wesentlichen von diesen festangestellten Professoren getragen wird.

Neben den hauptberuflichen Professoren existiert ein Pool von 90 - 100 externen Lehrbeauftragten, die vor allem in den Modulen im Bereich Soft Skills, Fremdsprachen sowie Wahlpflichtfächern bzw. Spezialisierungen zum Einsatz kommen. Die Lehraufträge an externe Dozenten werden immer nur semesterweise erteilt und verlängert. Fast die Hälfte der Lehrbeauftragten sind Sprachdozenten oder Trainer für soziale Kompetenzen. Der hohe Personaleinsatz erklärt sich vor allem dadurch, dass Fremdsprachen und Soft Skills im Curriculum der Studiengänge auch aufgrund der Zielsetzung Internationalität und Berufsbefähigung einen wichtigen Raum einnehmen und die ohnehin schon überschaubaren Studierendengruppen nochmals geteilt werden, so dass höchstens 10 - 15 Studierende in den beiden genannten Bereichen interaktiv teilnehmen.

Die Hochschule hat in ihrer Selbstdokumentation neben einer Lehrverflechtungsmatrix ebenfalls Lehrquoten für die einzelnen Studiengänge eingereicht. Daraus ergibt sich, wie viel Prozent der Lehre von hauptamtlichen Lehrenden getragen wird:

Marketing Management (M.A.): 68%

Personal- & Changemanagement (M.A.): 71%

Entrepreneurship & Management (M.A.): 64%

Management in Familienunternehmen (M.A.): 71%

Business Psychology & Management (M.Sc.): 81%

Das Verfahren zur Berufung der Professoren ist in der Berufungsordnung festgelegt. Die Einstellungsvoraussetzungen orientieren sich an den für öffentliche Fachhochschulen vorgesehenen Regelungen (wissenschaftliche Befähigung (Promotion), mindestens 5-jährige Berufspraxis, davon mindestens 3 Jahre außerhalb des Hochschulbereichs, pädagogische Eignung). Vorausgesetzt wird außerdem die Bereitschaft der Dozenten, Lehrveranstaltungen in englischer

Sprache durchzuführen und sich in der Beratung und Betreuung der Studienteilnehmer zu engagieren. Ihrem Bildungsziel entsprechend legt die Hochschule gemäß den Angaben im Selbstbericht hierbei besonderen Wert auf qualifizierte Berufspraxis der Lehrenden.

Die Planung der Stellen für Professoren und Lehrbeauftragte basiert auf der Entwicklung der Studierendenzahlen und der Anzahl der Studiengänge, wobei die künftigen Lehrbedarfe möglichst frühzeitig, d.h. ca. ein Jahr im Voraus, abgeschätzt werden. Durch entsprechend frühzeitig erfolgende Stellenausschreibungen soll sichergestellt werden, dass der prognostizierte Bedarf abgedeckt wird.

Folgende Maßnahmen zur Personalentwicklung und -qualifizierung sind gemäß den Angaben im Selbstbericht vorgesehen: Es werden nur Dozenten eingesetzt, die im Einsatz aktivierender Lehrmethoden nachweislich geübt sind und umfassende Praxiserfahrung haben. Diese wird im Rahmen des Berufungsverfahrens u.a. durch eine Probevorlesung abgeprüft. Zum Professor kann ferner nur berufen werden, wer eine pädagogische Eignung (gemäß Landeshochschulgesetz NRW) besitzt. Von allen Lehrenden kann ein großer Teil auf eine langjährige Lehrerfahrung zurückblicken. Zudem werden regelmäßig hochschulpädagogische und didaktische Weiterbildungen angeboten sowie Hospitationen durchgeführt, die zu weiteren Maßnahmen zur Förderung der Lehrkompetenz führen können. Weiterhin gibt es für interne Dozenten die Möglichkeit, an Veranstaltungen im Rahmen des Seminarprogramms des Hochschuldidaktischen Netzwerkes NRW teilzunehmen.

Für die Lehre am zukünftigen Standort Potsdam und zur regelmäßigen Betreuung der Studierenden werden zum 01.07.2020 zwei hauptberufliche Professuren (jeweils 0,6 VZÄ) eingestellt. Einer der Professoren wird zum Studienleiter vor Ort ernannt. Dieser ist u.a. zuständig für die Qualitätssicherung. Zum Herbst 2020 wird das Team um einen weiteren hauptberuflichen Professor (1,0 VZÄ) im Rahmen einer Neueinstellung erweitert.

In der Gründungsphase werden die vorgesehenen Dozentenkapazitäten in der Lehre durch hauptberufliche Professoren von den Standorten Köln und Mainz unterstützt.

Im Zuge des Ausbaus des Standortes Potsdam wird die Anzahl der hauptberuflichen Dozenten dem angenommenen Wachstum der Studierendenzahlen durch Neueinstellungen entsprechend erhöht werden.

Die Hochschule verfolgt nach eigenen Angaben im Bereich Forschung einen praxisorientierten Ansatz, daher wird die Zusammenarbeit mit Wirtschaftskontakten angestrebt. Dies erfolgt u. a. im Rahmen der Masterarbeiten.

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Die eingereichten Lehrquoten bestätigen, dass die notwendige Lehrkapazität der Studiengänge vorhanden ist. Das Gutachtergremium möchte explizit hervorheben, dass der Prozentsatz an hauptamtlichen Lehrenden im Vergleich zu anderen Hochschulen sehr hoch ist. Anhand der eingereichten Unterlagen (u.a. Lebensläufe) und der Gespräche vor Ort konnte sich das Gutachtergremium davon überzeugen, dass das Personal ausreichend fachlich und methodisch-didaktisch qualifiziert ist. Somit sieht das Gutachtergremium das Erreichen der Qualifikations- und Kompetenzziele als garantiert an.

Im Rahmen der Begehung wurde dem Gutachtergremium ebenfalls die Personalplanung für den Standort Potsdam erläutert. Es erachtet diese als angemessen, um den Studienbetrieb zu gewährleisten. Neben den neuen hauptamtlichen Professoren, die bis Studienstart berufen sein werden, wird der Standort von den Lehrenden der Standorte Köln und Mainz unterstützt. Das Gutachtergremium kommt zu dem Ergebnis, dass auch für den Standort Potsdam die notwendige Lehrkapazität vorhanden sein wird.

Die Verbindung von Forschung und Lehre wird insbesondere durch die hauptberuflich tätigen Professoren gewährleistet. Sie sichern somit, dass aktuelle Erkenntnisse aus der Forschung in die Lehre transferiert werden können. Nichtsdestotrotz ist das Gutachtergremium der Ansicht, dass die Verbindung von Forschung und Lehre weiter verstärkt werden könnte. Insbesondere bei der Prüfung von Abschlussarbeiten aus vergleichbaren Studiengängen ist dem Gutachtergremium aufgefallen, dass die Studierenden als Quellen auf eher traditionelle Lehrbücher zurückgreifen, anstatt beispielsweise auf Artikel, die in aktuellen Journals veröffentlicht wurden. Daher sollte nach Einschätzung des Gutachtergremiums ein besonderer Fokus auf forschungsorientiertere Lehre gelegt werden. Da die Studiengänge anwendungsorientiert gestaltet sind, könnte die Hochschule insbesondere praxisorientierte Forschung in der Lehre aufgreifen. Um die Lehrenden stärker für Forschungsprojekte zu motivieren und entsprechend zu entlasten, könnte die Hochschule beispielsweise die Möglichkeit eines Forschungssemesters anbieten. Dadurch könnten ebenfalls die Publikationen erhöht werden, die dann erneut in der Lehre eingesetzt werden können.

Die Personalauswahl erfolgt entsprechend den rechtlichen Vorgaben. Verfahren zur Berufung von Professoren sind in der Berufungsordnung der Hochschule festgeschrieben.

Maßnahmen zur Personalqualifikation sind im Rahmen von Weiterbildungsangeboten u.a. durch das Seminarprogramm des Hochschuldidaktischen Netzwerkes NRW vorhanden. Das Gutachtergremium regt dennoch an, weitere Angebote zur Weiterbildung zu schaffen und diese zu institutionalisieren. Die Hochschule könnte ebenfalls darüber nachdenken, ob die Weiterbildungen langfristig verpflichtend gemacht werden.

Entscheidungsvorschlag

Erfüllt.

Das Gutachtergremium gibt folgende Empfehlung:

Die Hochschule sollte die Verbindung von Forschung und Lehre weiter stärken.

Ressourcenausstattung ([§ 12 Abs. 3 StudakVO](#))

Studiengangsübergreifende Aspekte

Die Hochschule hat ihre Serviceeinrichtungen überwiegend studiengangsübergreifend und hochschulweit organisiert. Folgende Serviceleistungen werden für Studierende in Köln und Mainz gleichermaßen angeboten:

- Students Office
- Examination Office
- International Office
- Career Services & Relationship Management
- Library
- Admissions Office
- IT-Services
- Resource Planning & Scheduling

Hinzu kommen die Abteilungen Marketing, Digitales Marketing, Study Advisory, Prep4University, Programme / Quality Development, Human Resource Management / Accounting sowie das Facility Management, die überwiegend vom Standort Köln aus organisiert werden. Zurzeit verfügt die Hochschule über 112 Beschäftigte (90 Mitarbeiter, fünf Trainees und 17 Auszubildende) im Rahmen des nichtwissenschaftlichen Personals. Die Administrative Leitung ist für die Qualität von Organisation und Serviceleistungen für Studierende und Dozenten verantwortlich.

In der Gründungsphase des Standortes Potsdam sind im ersten Jahr eine, im nächsten Jahr zwei und danach jährlich eine Verwaltungspersonalstelle (jeweils 1,0 VZÄ) sowie zusätzliche Hilfskräfte vorgesehen, um vor Ort Serviceleistungen aus den Bereichen Prüfungsamt, Studierendensekretariat und Unternehmenskooperation abzudecken.

Maßnahmen zur Personalentwicklung und -qualifizierung des Verwaltungspersonals werden gemäß den Angaben im Selbstbericht bedarfsbezogen durchgeführt. Die Bandbreite reicht von fachbezogenen externen Veranstaltungen, durch die beispielsweise Mitarbeiter aus dem Prüfungsamt, dem Auslandsamt oder der EDV-Abteilung gefördert werden, über typische EDV-

Kurse oder Produktschulungen beispielsweise für Mitarbeiter aus dem Sekretariat bis hin zu internen Schulungen, die aus den Abteilungen heraus als fachspezifische Veranstaltungen für die Mitarbeiter der anderen Abteilungen entwickelt und angeboten werden (z.B. Infoveranstaltung „Was macht das Auslandsamt“, Vorstellung der Studiengänge bei Änderungen der Studienstruktur etc.). Das interne Weiterbildungsangebot für alle Mitarbeiter sieht aktuell folgende Seminare vor: „Interkulturelle Kompetenz“, „Serviceschulung“, „MS-Office“, „Englisch“, „Moderation und Rhetorik“ sowie „Projektmanagement“.

Der Kölner Campus der CBS liegt in der Hardefuststraße 1 in der Kölner Südstadt. Um diesen Campus herum hat die CBS in eng benachbarten Gebäuden weitere Raumkapazitäten angemietet. Für die Mietobjekte ergibt sich die folgende Gesamtkapazität:

Gebäude	Etagenanzahl	Fläche
Hardefuststraße 1	5	3.300 m ²
Overstolzenstraße 2a	3	875 m ²
Sachsenring 75	6	1.538 m ²
Sachsenring 69	1	394 m ²
Lothringer Str. 42	2	100 m ²
Kaesenstr. 14	1	300 m ²
Summe		6.507 m ²

Aktuell ergibt sich eine Kapazität von 40 Lehrräumen (Hörsäle und Seminarräume) mit insgesamt 1.557m² zur Verfügung stehenden Sitzplätzen. Alle Seminarräume sind mit digitalen, interaktiven Flachbildschirmen ausgestattet. Für die Mitarbeiter aus Lehre und Forschung sowie der Verwaltungs- und Servicebereiche stehen insgesamt 66 Büroräume unterschiedlicher Größe zur Verfügung.

Der Campus in Mainz befindet sich im Fort Malakoff (Rheinstraße 4L), zwischen Winterhafen und Mainzer Altstadt und verfügt derzeit über 12 Vorlesungsräume mit einer Kapazität von 306 Sitzplätzen. Für die Mitarbeiter stehen insgesamt 18 Büro- und Konferenzräume unterschiedlicher Größe zur Verfügung. Insgesamt umfassen die Räumlichkeiten des Mietobjektes 1.543,74 m². Die technische und infrastrukturelle Ausstattung der Seminarräume am Standort Mainz entspricht der Ausstattung am Campus in Köln.

An allen Standorten der CBS ist das gesamte Campus-Gelände – inklusive der Lehrräume – vernetzt. Den Studierenden steht kostenfreier Zugang zum Internet und zu den online-Hochschulservices über das Campusweite WLAN zur Verfügung. Über eine Standleitung (VPN) können die Studierenden auf die netzbasierten Dienste der CBS auch von außerhalb der Hoch-

schule zugreifen. Die Standorte Köln und Mainz sind miteinander vernetzt. Die CBS versteht sich als „Notebook Hochschule“. Dies bedeutet, dass keine weiteren EDV-Räume benötigt werden, da jeder Raum auf dem Campus zugleich auch „EDV-Raum“ ist. Trotzdem verfügt die Hochschule in Köln über einen EDV-Raum mit 30 Rechnerarbeitsplätzen, der überwiegend für Prüfungen genutzt wird, sowie einige „EDV-Inseln“ mit 6 - 16 Plätzen. Insgesamt stehen den Studierenden 70 PC-Arbeitsplätze mit Internetanschluss und mit Zugriff auf Laser- und Farbdruker sowie Scanner in allen Gebäuden zur Verfügung. 2020 wurde zudem ein 3-D-Drucker zum Einsatz in der Lehre sowie in Projektarbeiten angeschafft.

In allen Studiengängen kommen Programme aus dem Microsoft Office Paket (Campus Agreement) zum Einsatz, ferner werden von den Dozenten bereichsspezifische Software eingesetzt, wie z.B. SAP/ERP/ECC, SPSS, Unipark, Adobe Creative Cloud oder TOPSIM.

Darüber hinaus verfügt die Hochschule über ein Online-Campus-System: „mycbs“ ist eine Community, auf die Studierende, Dozenten und Professoren zugreifen. Dort können die Studierenden ihre Vorlesungspläne aufrufen, sich für Kurse online registrieren, auf ihre Kursunterlagen und Leistungsübersichten zugreifen sowie intern mit ihren Kommilitonen und Dozenten/Professoren via integriertem Nachrichtentool kommunizieren.

Dozenten und Professoren können ebenfalls ihren Vorlesungsplan aufrufen, die Kursunterlagen für die Studierenden hinterlegen und die Noteneingaben für Klausuren durchführen. Die Verwaltungsabteilungen hinterlegen ebenfalls Dokumente und Formulare für Studierende und Lehrende.

Die Lehrräume der Hochschule sind seit 2018 standortübergreifend durchgängig multimedial mit Smartboards ausgestattet.

Für Filmaufnahmen der Studierendeninitiative „CBS TV“ stehen Kameras (inkl. 360 Grad VR-Kamera), Mikrofone sowie Hard- und Software für Aufnahme und Schnitttechnik zur Verfügung, die auch im Rahmen der Medienstudiengänge genutzt werden. Hier wird der aktuelle Bedarf sowie Stand der Technik jährlich überprüft und ggf. angepasst.

Im Einklang mit dem Kapazitätsaufwuchs werden gemäß den Angaben im Selbstbericht die Raumkapazitäten pro Standort regelmäßig überprüft und bei Bedarf erweitert.

Die Bibliothek der Hochschule arbeitet in einem internen Hochschulbibliotheksverbund und bietet so den Studierenden sowohl die Nutzung der Bibliothek am Standort Köln als auch der Bibliotheken der EUFH Brühl, EUFH Neuss und der Präsenzbibliothek der CBS Mainz an. Die Studierenden können jeweils kostenfrei die Bestände nutzen oder über einen kostenfreien Fernleihservice die Bücher aus den Leihbibliotheken Brühl und Neuss nach Köln bestellen. Die Bib-

liotheksbestände der Hochschulen können über den gemeinsamen Onlinekatalog (<https://biblio.cbs.de/>) recherchiert werden und sind darin nach Hochschulstandort spezifiziert.

In der CBS-Bibliothek sind zwei Vollzeitkräfte angestellt, davon eine Bibliothekarin, die die fachgerechte Zugänglichkeit der Informationsressourcen und eine zielgruppenorientierte Vermittlung von Informationskompetenz garantiert. Unterstützt werden sie von zwei studentischen Aushilfen.

Die Bibliotheken sind wie folgt geöffnet:

Öffnungszeiten				
	(CBS Köln)	(CBS Mainz)	(EUFH Brühl)	(EUFH Neuss)
Montag	08:30 – 20:00	09:00 – 17:00	08:00 - 16:00	08:00 - 18:00
Dienstag	08:30 – 20:00	09:00 – 17:00	08:00 - 16:00	08:00 - 18:00
Mittwoch	08:30 – 20:00	09:00 – 17:00	08:00 - 16:00	08:00 - 18:00
Donnerstag	08:30 – 20:00	09:00 – 17:00	08:00 - 16:00	08:00 - 18:00
Freitag	08:30 – 19:00	09:00 – 17:00	08:00 - 16:00	08:00 - 18:00
Samstag	09:00 - 15:00		12:00 - 16:00	

Der Printbestand am Standort Köln beträgt zurzeit (Stand Dez. 2019) 10.800 Medieneinheiten. Der Printbestand am Standort Mainz beträgt 2.400. Der gesamte Printbestand der Bibliotheken des Hochschulbibliotheksverbunds, die am internen Leihverkehr teilnehmen (CBS, EUFH Brühl, EUFH Neuss) beläuft sich auf 25.200. Der Zeitungs- und Zeitschriftenbestand (print) der CBS beläuft sich auf 25 Abonnements (z.B. The Economist, Controlling & Management Review, Harvard Business Review, World and Press, FVW, FAZ, Handelsblatt, Kölner Stadtanzeiger).

Zusätzlich bietet die Bibliothek den Studierenden Zugriff auf ein umfangreiches Angebot deutsch- und englischsprachiger wirtschaftswissenschaftlicher Online-Journals und E-Books. Diese sind über die Datenbanken „Business Source Complete“ und „ebook Collection“ von EBSCO und „WISO“ von GBI Genios abrufbar, die von der Hochschule ebenso wie die Statistikdatenbank „Statista“ lizenziert werden. Darüber hinaus werden von der DFG geförderte Konsortialangebote zur partiellen Nutzung von Datenbanken wie z.B. Emerald Fulltext Archive und Palgrave Economics & Finance zur Verfügung gestellt.

In EBSCO Business Source Complete sind mehr als 2.000 überwiegend englischsprachige Volltext-Journals und Magazine enthalten, in der „ebook Collection“ mehr als 15.000 englischsprachige E-Books. Die Datenbank WISO bietet den Zugriff auf deutschsprachige Fachzeitschriften sowie umfangreiche Marktdaten und Firmeninformationen. Zudem enthält WISO zurzeit 4.100 E-Books, wovon ca. 2.200 auch über den CBS-Bibliothekskatalog abrufbar sind.

Auch von außerhalb des CBS-Netzwerks können die Studierenden die Datenbanken per Passwort oder VPN nutzen.

Die Studierenden haben des Weiteren die Möglichkeit, den Bestand und das breite Datenbankangebot der nahegelegenen Universitäts- und Stadtbibliothek Köln (USB) mit zu nutzen. Die Hochschule erstattet ihren Studierenden die Kosten für den USB-Nutzerausweis. Über das Netzwerk „Eduroam“ können die CBS-Studierenden die elektronischen Ressourcen der USB vor Ort kostenfrei abrufen und downloaden. Am Standort Mainz können die Studierenden die Bibliothek der Johannes-Gutenberg-Universität nutzen.

Die CBS-Bibliothek und ihre elektronischen Angebote sowie die Dienstleistungen der USB Köln stehen auch dem Lehrpersonal und den Mitarbeitern der CBS zur Verfügung.

Die Medien-Anschaffung erfolgt thematisch ausgerichtet an den aktuellen Inhalten der Studiengänge und in enger Zusammenarbeit mit den Dozenten und Professoren. Die Bibliothek organisiert die Einholung der Anschaffungs- und Literaturvorschläge, die Beschaffung sowie die Bereitstellung der Literatur in ausreichenden Mengen. Falls Bücher nicht in der Bibliothek vorhanden sind, können die Studierenden einen Anschaffungswunsch äußern.

Der zukünftige Hochschulstandort in Potsdam soll in den Räumlichkeiten der XU Exponential University untergebracht werden. Die XU ist – wie die CBS – Teil der Klett-Gruppe (Klett ist mit 49 % beteiligt). Der Studienbetrieb findet im Studio Five auf dem Gelände des Filmparks Babelsberg statt. Insgesamt verfügt der Standort über 900 m² nutzbare Räumlichkeiten. Entsprechend dem Wachstum der XU am Standort werden hier sukzessive weitere Lehrmöglichkeiten angemietet. Die CBS kann als Untermieter sowohl auf Büro- als auch auf Seminarräume zurückgreifen, so dass ein stufenweiser Auf- und Ausbau des Studienangebots flexibel möglich ist.

Die Lehrräume sind jeweils für 20-30 Studierende ausgerichtet. Für alle Seminarräume stehen mobile Beamer, Whiteboard sowie Flipcharts zur Verfügung. Auf dem gesamten Campus ist WLAN vorhanden, so dass in jedem Raum auch entsprechender Unterricht mit digitalen Inhalten angeboten werden kann.

Zur Studienorganisation stehen für die Verwaltungsmitarbeiter und Dozenten darüber hinaus Büroräume zur Verfügung sowie die typische Büroausstattung der CBS. Die Lounge im Erdgeschoss dient den Studierenden zusätzlich als Aufenthalts- und Pausenraum.

Am Standort Potsdam wird eine Präsenzbibliothek eingerichtet. Die Hochschule gibt im Selbstbericht an, dass zunächst die in den Modulbeschreibungen jeweils angegebene Literatur in zweifacher Ausgabe sowie die in den eingeholten Empfehlungen der Fachbereiche angegebene

ne Literatur beschafft wird. Zusätzlich benötigte oder gewünschte Bücher werden kurzfristig zur Anschaffung freigegeben und beschafft.

Studierenden können ebenfalls kostenfrei Bibliotheken (anderer Hochschulen) in Potsdam und Berlin nutzen (z.B. Universitätsbibliothek Potsdam sowie der Freien Universität Berlin; Fachhochschule Potsdam, Staatsbibliothek zu Berlin).

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Die Ressourcenausstattung wird vom Gutachtergremium als gut bewertet. Die Hochschule verfügt an den Standorten Köln und Mainz über geeignete Räumlichkeiten, um die Durchführung der Studiengänge zu gewährleisten. Im Selbstbericht und im Rahmen der Gespräche vor Ort wurden für den Standort Potsdam die Planungen erläutert. Die Hochschule hat bei der Begehung mitgeteilt, dass die Studiengänge sukzessive in Potsdam angeboten werden und nicht auf einmal starten werden. Es ist geplant die Räumlichkeiten dem Studienangebot entsprechend anzupassen. Diese Planungen erachtet das Gutachtergremium als angemessen, um den Studienbetrieb durchführen zu können.

Die Verwaltungsunterstützung für Studierende und Lehrende an den Standorten Köln und Mainz bewertet das Gutachtergremium positiv. Während der Begehung vor Ort konnte sich das Gutachtergremium davon überzeugen, dass die Mitarbeiter der Standorte in engem Austausch zueinander stehen. Für den neuen Standort Potsdam wurden die geplanten Stellen für Verwaltungsmitarbeiter dargelegt. So wird zunächst mit einer Vollzeitstelle gestartet, die sukzessive erweitert wird. Darüber hinaus werden die Mitarbeiter vor Ort, durch die jeweiligen Abteilungen der anderen Standorte unterstützt. Das Gutachtergremium erachtet die Personalaufwuchsplanung als adäquat. Durch die anderen Standorte ist ebenfalls sichergestellt, dass die Studierenden die notwendige Verwaltungsunterstützung am Standort Potsdam erhalten.

Die Ausstattung der Bibliothek an den Standorten Mainz und Köln ist angemessen. Die Hochschule hält die Literatursammlung in den Bibliotheken kontinuierlich auf aktuellem Stand, was das Gutachtergremium bestätigt. Darüber hinaus können die Studierenden auf ein umfangreiches Onlineangebot zugreifen. Auch für den Standort Potsdam wird eine Bibliothek eingerichtet, die die für die Studiengänge benötigte Literatur vorhalten wird.

Zusätzlich zu den Angeboten der Hochschule können die Studierenden zudem kostenfrei andere Bibliotheken nutzen. Positiv hervorheben möchte das Gutachtergremium, dass Studierende sich Gebühren von kostenpflichtigen Bibliotheken von der Hochschule erstatten lassen können.

Entscheidungsvorschlag

Erfüllt.

Prüfungssystem ([§ 12 Abs. 4 StudakVO](#))

Studiengangsübergreifende Aspekte

Die Prüfungs- und Studienordnung regelt, welche Leistungsnachweise und Prüfungsleistungen im Verlauf des Studiums eingesetzt werden und mit welchem Gewicht sie jeweils in die Beurteilung einfließen. In den Modulbeschreibungen wird jeweils beschrieben, welche Leistungsnachweise und Prüfungsleistungen im Modul zu erbringen sind. Diese werden ebenfalls in der Curriculumsübersicht ausgewiesen (vgl. Kapitel § 12 Abs. 1 Sätze 1 bis 3 und 5 Curriculum StudakVO). Die Leistungsüberprüfung im Studiengang erfolgt in Form von Modulprüfungen und orientiert sich an den in den Modulbeschreibungen vorgegebenen Qualifikationszielen.

Die Module setzen sich grundsätzlich aus zwei Lehrveranstaltungen zusammen, die in der Regel durch eine Modulprüfung abgeschlossen werden. Soweit eine Modulprüfung aus mehreren Teilleistungen besteht, ergibt sich die jeweilige Modulnote als gewichtetes arithmetisches Mittel. Der Gewichtungsfaktor orientiert sich hierbei an dem Arbeitsaufwand der jeweiligen Teilleistung in Relation zum Gesamtmodul.

In den Kernfächern ist jeweils eine Klausur von 120 Minuten vorgesehen, in der Fragen aus dem im Modul behandelten Wissensgebiet bearbeitet werden. Eine Modulprüfung ist bestanden, wenn insgesamt 50 % der erreichbaren Punkte erzielt wurden. Wiederholungsprüfungen sind in einem gesonderten Prüfungszeitraum in der Regel in der Mitte des nächsten Semesters abzulegen.

Im Skills-, Fremdsprachen-, Vertiefungs- und Wahlbereich findet neben der Klausur auch die Prüfungsform des so genannten „Coursework“ Anwendung. Hierunter sind Prüfungsleistungen zu verstehen, die nicht unter Klausurbedingungen erbracht werden müssen. Dies können individuelle schriftliche Hausarbeiten, Referate oder Projekt- und Businesspläne, aber auch (besonders in Sprachkursen) wiederholte kurze Tests und mündliche Beteiligung bzw. Prüfungen sein. Art und Umfang des Courseworks wird den Studierenden jeweils zu Beginn des Kurses durch die Modulbeschreibung genau mitgeteilt. Courseworks werden typischerweise semesterbegleitend erbracht, können aber auch wie im Fall von Hausarbeiten oder Businessplänen erst in der an das Semester anschließenden vorlesungsfreien Zeit fertig gestellt und zu Beginn des Folgesemesters abgegeben werden.

Der Prüfungsplan zeigt, wann die Modulabschlussprüfungen stattfinden. Im Bereich der Skills und der Wahlfächer können durch die Wahlmöglichkeiten innerhalb der Module keine Modulabschlussprüfungen stattfinden, hier werden Teilmodulprüfungen angeboten. In den Klausuren beschäftigen sich die Studierenden mit Fragen, die sie dazu auffordern, die im Verlauf der Lehrveranstaltung erlernten und geübten Kompetenzen auf ein gestelltes Problem anzuwenden. Erwartet wird je nach fachlicher Ausrichtung neben dem Lösen von Übungsaufgaben vor

allein die Analyse von Zusammenhängen in essayartigen Erklärungen. In schriftlichen Arbeiten des Courseworks üben Studierende das Erstellen von Präsentationen, Hausarbeiten, Business- und Projektplänen. Mündliche Sprachprüfungen, Vokabeltests und Hausaufgaben testen den Fortschritt in der Verwendung der Fremdsprache.

Für das Praktikum, das in den Vollzeit-Varianten absolviert wird, muss ein Praxisbericht verfasst werden. Die Hochschule regelt die formalen Voraussetzungen in einer Praxisrichtlinie.

Im abschließenden Studiensemester wird die Abschlussarbeit erstellt. Sie umfasst ca. 20.000 Wörter. Aufbauend auf dem in den vorherigen Semestern erworbenen Fachwissen und den erlernten Methodenkompetenzen sollen die Studierenden die selbstständige wissenschaftliche Bearbeitung eines begrenzten Spezialthemas in einem Fachgebiet durchführen. Gegenstand der Thesis soll es sein, unter Anleitung des betreuenden Professors wissenschaftliche Fragestellungen zu entwickeln und zu lösen, die in ihrer spezifischen Ausprägung neu und damit noch nicht beantwortet worden sind.

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Die in den Modulen festgelegten Prüfungsleistungen sind nach Überzeugung des Gutachtergremiums in Form, Inhalt und Vielfalt dazu geeignet, die jeweiligen Lernergebnisse festzustellen. Im Rahmen der Gespräche mit den Lehrenden wurde das Gutachtergremium darüber informiert, dass die Lehrenden nicht immer bei der Wahl der Prüfungsleistungen eingebunden sind. Um eine Prüfungsleistung kompetenzorientiert auf das Modul abzustimmen, bedarf es nach Ansicht des Gutachtergremiums jedoch einer Abstimmung mit dem Lehrenden des jeweiligen Moduls. Es regt daher an, dass die Lehrenden systematisch bei der Auswahl der Prüfungsleistungen miteinbezogen werden.

Das Gutachtergremium hatte während des Vor-Ort-Termins die Möglichkeit, ebenfalls Prüfungsleistungen aus vergleichbaren Studiengängen einzusehen. In diesem Zusammenhang konnte es ebenfalls Praxisberichte sichten. In diesen fanden sich größtenteils Beschreibungen sowie formale Kriterien der praktischen Tätigkeit. In den Berichten sollte nach Einschätzung des Gutachtergremiums jedoch der Fokus auf den Kompetenzen und Reflexionen liegen. Es regt daher an, dass für die Praxisberichte der neuen Studiengänge diese inhaltliche Auseinandersetzung mit der Tätigkeit noch mehr in den Vordergrund gerückt wird. Dies könnte ebenfalls noch verstärkt in den Praktikumsrichtlinien dargestellt werden.

Der Studiengang enthält Module, die mit mehr als einer Prüfungsleistung abgeschlossen werden. Die vorhandenen Teilprüfungen wurden von der Hochschule damit begründet, dass verschiedene Kompetenzen dadurch besser abgeprüft werden können. Dies zeigt sich insbesondere im Bereich der Skills und der Wahlfächer. Durch die Wahlmöglichkeiten können innerhalb

der Module keine Modulabschlussprüfungen stattfinden, hier werden Teilmodulprüfungen angeboten. Bei Fremdsprachenveranstaltungen kann der Fortschritt durch Teilprüfungen beispielsweise besser gemessen werden. Das Gutachtergremium kann dies nachvollziehen und ist überzeugt, dass dadurch das Erreichen der angestrebten Lernergebnisse sinnvoll überprüft werden kann.

Entscheidungsvorschlag

Erfüllt

Studierbarkeit ([§ 12 Abs. 5 StudakVO](#))

Studiengangübergreifende Aspekte

Die Studierbarkeit der Studiengänge wird gemäß den Angaben im Selbstbericht durch eine Reihe von Maßnahmen gewährleistet:

- Die je Semester zu erwerbenden ECTS-Leistungspunkte liegen im Vollzeitstudium in der Regel bei 30 und im berufsbegleitenden Studium zwischen 22 und 25.
- In den Masterstudiengängen sind insgesamt 27-28 Prüfungsleistungen (einschließlich Masterthesis) abzulegen. Im Schnitt werden ca. sieben Prüfungen pro Semester durchgeführt. Im Regelfall werden die Module mit einer Modulprüfung abgeschlossen. Die erhöhte Prüfungsanzahl ist darin begründet, dass im Bereich der Fremdsprachen, Soft Skills und Wahlfächer Teilprüfungen statt modulübergreifender Prüfungen vorgesehen sind (siehe Ausführungen Kapitel §12 (4) Prüfungssystem StudakVO). Die Studierbarkeit ist gemäß den Angaben im Selbstbericht dadurch jedoch weiterhin gewährleistet.
- Die Lehrveranstaltungen unterliegen einer halbjährlichen Evaluation. Dabei wird ebenfalls die Qualität der Lehrveranstaltungen und der Workload evaluiert. Zudem wird den Studierenden ein Mitspracherecht bei der zeitlichen Gestaltung der Prüfungsphase eingeräumt: vor der Prüfungsphase eines jeden Semesters wird die zeitliche Abfolge der Prüfungen zwischen dem Prüfungsamt und den Kurssprechern abgestimmt.
- Die Module umfassen i.d.R. mindestens sechs ECTS-Leistungspunkte. Eine Ausnahme bilden die Module aus dem Bereich Sprachen und Soft-Skills (siehe Ausführungen § 8 Leistungspunktesystem StudakVO).
- Die Module erstrecken sich auf ein Semester. Lediglich das Modul „Masterthesis“ erstreckt sich über zwei Semester.

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Die Studierbarkeit ist aus Sicht des Gutachtergremiums, soweit dies bei Konzeptakkreditierungen beurteilt werden kann, gewährleistet. Während der Gespräche bei der Begehung mit Studierenden und Absolventen überzeugte sich das Gutachtergremium, dass die Arbeitsbelastung in anderen vergleichbaren Studiengängen der Hochschule leistbar ist. Zusätzlich haben die Studierenden jederzeit die Möglichkeit, Rückmeldungen zur Studierbarkeit zu geben. Die Studiengänge sind so ausgestaltet, dass sie nach Einschätzung des Gutachtergremiums von den Studierenden innerhalb der Regelstudienzeit abgeschlossen werden können. Ein plausibler und der Prüfungsbelastung angemessener durchschnittlicher Arbeitsaufwand ist gewährleistet, wobei die Lernergebnisse eines Moduls so bemessen sind, dass sie innerhalb eines Semesters erreicht werden können, was in regelmäßigen Erhebungen validiert wird.

Prüfungsdichte und -organisation des vorliegenden Studiengangs erachtet das Gutachtergremium als angemessen. Obwohl bedingt durch Teilprüfungen eine höhere Prüfungsbelastung pro Semester vorliegt, ist dies nach Auffassung des Gutachtergremiums unproblematisch. Dies begründet es damit, dass die Klausuren am Ende des Semesters durchgeführt werden, während die Projektarbeiten bzw. Präsentationen während des Semesters erstellt werden. Das Gutachtergremium erachtet es ebenfalls als positiv für die Studierbarkeit, dass Wiederholungsprüfungen nicht in dem normalen Prüfungszeitraum, sondern nachgelagert durchgeführt werden. Das ermöglicht es den Studierenden, sich zielgerichtet auf diese Prüfungen vorzubereiten. Darüber hinaus erhöht sich die Prüfungsbelastung nicht für die normalen Modulabschlussprüfungen.

Entscheidungsvorschlag

Erfüllt.

Besonderer Profilanpruch ([§ 12 Abs. 6 StudakVO](#))

Studiengangübergreifende Aspekte

Die Studiengänge werden ebenfalls in einer berufsbegleitenden Variante durchgeführt.

Bei dieser Variante wird die Studiendauer auf fünf Semester verlängert. Das Studium ist gemäß den Angaben im Selbstbericht speziell auf Berufstätige zugeschnitten und besteht aus den Phasen Präsenz- und Selbststudium. Die Präsenzphasen werden am Freitagabend und am Wochenende ganztags abgehalten, damit ein Studium parallel zur Berufstätigkeit durchgeführt werden kann. Die unterschiedlichen Veranstaltungen werden i.d.R. in geblockter Form, d.h. in zwei bis fünf zusammenhängenden Unterrichtseinheiten abgehalten.

Inhaltlich unterscheiden sich beide Varianten in folgenden Modulen: Während die Vollzeit-Studierenden an einem „Business Project“ teilnehmen, besuchen die berufsbegleitenden Stu-

dierenden ein „Fallstudien-Projekt“. Ein weiterer Unterschied ist das Modul „Innovation Lab“ für die berufsbegleitenden Studierenden, die Vollzeit-Studierenden absolvieren stattdessen ein Praktikum. Vollzeit-Studierende können im Rahmen des Moduls „Fremdsprachentraining“ („Language & Communication Skills“ für den Studiengang Business Psychology and Management) Englisch und eine zusätzliche Sprache auswählen. Die berufsbegleitenden Studierenden wählen zwischen dem „Fremdsprachentraining“ oder dem „Business Skills Training“.

Die Arbeitsbelastung beträgt in den Studiengängen pro Semester 22-25 ECTS-Leistungspunkte.

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Die vorhandene berufsbegleitende Studiengangsstruktur und dessen Umsetzung erachtet das Gutachtergremium als angemessen. Ein berufsbegleitendes Studium ist nach Ansicht des Gutachtergremiums immer herausfordernd. Das Studiengangskonzept ist jedoch so gestaltet, dass es durch die Organisation der Präsenzzeiten eine parallele Berufstätigkeit ermöglicht. So finden die Präsenzphasen am Freitagabend und am Wochenende statt. Nach Ansicht des Gutachtergremiums sind alle Beteiligten auf die Studiengangsdurchführung durch die bereits laufenden Studiengänge anderer Fachrichtungen erfahren und gut vorbereitet, sodass die Studierenden die notwendige Betreuung erhalten werden.

Entscheidungsvorschlag

Erfüllt

Fachlich-Inhaltliche Gestaltung der Studiengänge (§ 13 StudakVO)

Aktualität der fachlichen und wissenschaftlichen Anforderungen ([§ 13 Abs. 1 StudakVO](#))

Studiengangsübergreifende Aspekte

Die Dozenten aktualisieren laut Selbstbericht Lehrinhalte und Lehrveranstaltungsmaterialien fortlaufend unter Berücksichtigung der gegenwärtigen Anforderungen und halten diese auf dem aktuellen Stand.

Lehrinhalte sowie die Studiengangskonzepte, einschließlich Modulbeschreibungen, übergreifende Themen und Methoden werden gemäß den Angaben im Selbstbericht sowohl von den Lehrenden als auch der Studiengangsleitung auf Aktualität und Adäquanz geprüft. Durch regelmäßige Studierenden- und Lehrendenbefragungen soll eine kontinuierliche Weiterentwicklung der Module erfolgen. Einem nationalen wie internationalen fachlichen Diskurs wird nach Angaben der Hochschule insofern Rechnung getragen, als die zur Verfügung gestellte Fachliteratur den aktuellen internationalen Forschungsstand in den einzelnen Themenbereichen abbildet.

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Die Aktualität und Adäquanz der fachlichen und wissenschaftlichen Anforderungen ist nach Ansicht des Gutachtergremiums gewährleistet, soweit man dies bei Konzeptakkreditierungen beurteilen kann. Die Inhalte der Studiengangskonzepte entsprechen den aktuellen Anforderungen. So ist das Thema „Digitalisierung“ in allen Studiengängen mit unterschiedlichen Modulen enthalten (z.B. „Geschäftsmodelle im digitalen Kontext“, „Digitale Marketingstrategien“). Darüber hinaus greift der Studiengang Personal- und Changemanagement das Thema „New Work 4.0“ mit der Lehrveranstaltung „New Work und Personal 4.0“ auf.

Entscheidungsvorschlag

Erfüllt

Studienerfolg ([§ 14 StudakVO](#))

Studiengangsübergreifende Aspekte

Die Leistungen der Hochschule in Verwaltung und Lehre werden gemäß den Angaben im Selbstbericht wie folgt evaluiert:

- Befragungen der Studierenden zu Beginn des Studiums („Eingangsbefragung“)
- fortlaufende Befragung von Studierenden, Lehrenden sowie Unternehmensvertretern während des Studienverlaufs (Lehrveranstaltungsevaluation durch Studierende als auch durch Lehrende, Serviceevaluation sowie Praktikumsevaluation)
- Befragung der Absolventen unmittelbar nach dem Studienabschluss („Abgangsbefragung“)
- Befragung von Absolventen im größeren zeitlichen Rückblick („Absolventenbefragung“)

Die Ergebnisse der Evaluationen fließen laut Selbstbericht in die Weiterentwicklung der Studiengänge als auch in die Qualitätssicherung im laufenden Studienbetrieb ein. Die studiengangsbegleitende Qualitätssicherung soll insbesondere dazu führen, dass frühzeitig etwaige Problembereiche identifiziert und entsprechende Korrekturen des Studiengangskonzeptes sowie der Lehr- und Studienpraxis eingeleitet werden können.

Alle Evaluierungen werden regelmäßig und anonym durchgeführt. Dazu werden Studierende am Semesterende nach einem Plan, der alle Studiengruppen umfasst, aufgefordert, Fragebögen auszufüllen, die dann computergestützt ausgewertet werden. Die studentische Arbeitsbelastung wird u.a. auch zur Gewährleistung der Studierbarkeit abgefragt. Zur Einordnung der studentischen Evaluation werden alle Lehrenden ihrerseits gebeten, die von ihnen unterrichteten Kursgruppen zu evaluieren. Anhand der Evaluierungsergebnisse finden erforderlichenfalls Gespräche mit Lehrenden statt (in der Regel durch die verantwortlichen Dekane). In Reaktion

auf die Ergebnisse dieser Gespräche werden Instrumente wie Hospitationen in Lehrveranstaltungen, Coachings einzelner Lehrender zur Verbesserung der Lehrveranstaltungen oder Moderationen bei Kommunikationsschwierigkeiten zwischen Lehrenden und Studierenden eingesetzt. Die Erkenntnisse aus den ständig laufenden Evaluierungen wirken sich auf die Vergabe von Lehraufträgen aus.

Um so schnell wie möglich auftretende Qualitätsprobleme im laufenden Lehrbetrieb zu lösen, finden zudem regelmäßige so genannte „Student-Staff-Meetings“ statt, bei denen Vertreter des Studierendenparlaments Anfragen aus der Studierendenschaft an Dekane und die Hochschulverwaltung herantragen. Neben den institutionalisierten Formen der Evaluation und regelmäßiger institutionalisierter Treffen ist die Open-Door-Policy gemäß den Angaben im Selbstbericht ein wesentlicher Bestandteil der Kultur des gelebten Qualitätsmanagements an der CBS. Studierende werden dazu aufgefordert, sich bei Problemen unbürokratisch und schnell zu Gesprächen – bei Bedarf auch mit moderierender Begleitung – mit den jeweiligen CBS Mitarbeitern zu treffen.

Die regelmäßige Evaluation der Service-Einrichtungen erfolgt ebenfalls in diesem Sinne, auch hier werden auftretende Probleme durch die Beteiligungen des „Student-Staff-Meetings“ moderiert, die Service-Einrichtungen werden darüber hinaus jährlich anonym durch Online-Befragungen evaluiert.

Zudem finden seit dem Jahr 2010 jährlich Abgangsbefragungen statt. Ziel der Umfragen ist es, bestimmte Aspekte des Studiums und der Lehre zu evaluieren. Die Absolventen werden gebeten, sowohl die Qualität der Lehre als auch den Praxisbezug des Studiums zu bewerten. Auf Basis der ausgewerteten Antworten wird eine Beurteilung der Studiengänge an der Hochschule vorgenommen und die angebotenen Studienprogramme ständig verbessert und weiterentwickelt. Da eine Befragung im Zeitraum des ersten Jahres nach Studienabschluss in der Regel eher vorläufige Ergebnisse generiert – viele Absolventen befinden sich in diesem Zeitraum entweder in einer durch Praktika oder Traineeprogramme gekennzeichneten Orientierungsphase – werden auch Absolventen weiter zurückliegender Jahrgänge regelmäßig befragt.

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Bei dem kontinuierlichen Monitoring der Studiengänge werden Studierende, aber auch Absolventen einbezogen. Auf Grundlage aller Evaluationen werden zukünftig Maßnahmen zur Sicherung des Studienerfolgs bei Bedarf abgeleitet, fortlaufend überprüft und die Ergebnisse für die Weiterentwicklung des jeweiligen Studiengangs genutzt. Das Gutachtergremium ist davon überzeugt, dass die bisherigen Maßnahmen sinnvoll in der Hochschule implementiert wurden

und konnte sich ebenso davon überzeugen, dass bei anderen bereits laufenden Studiengängen die Ergebnisse aus Evaluationen bei der Studiengangsentwicklung berücksichtigt werden.

Die Lehrevaluation findet aktuell am Ende des Semesters statt. Das Gutachtergremium regt an, die Evaluationen frühzeitiger durchzuführen. Dadurch könnten die Lehrenden die Ergebnisse direkt mit den Studierenden besprechen.

Im Rahmen der Gespräche mit den Studierenden und den Verwaltungsmitarbeitern hat das Gutachtergremium die Information erhalten, dass die Studierenden über die Ergebnisse der Evaluationen informiert werden. Allerdings sind Ergebnisse nur auf Nachfrage einsehbar. Das Gutachtergremium möchte anregen, dass das Feedback an die Studierenden systematisiert stattfindet und nicht nur auf Nachfrage übermittelt wird.

Aussagen zu Abbruch- und Erfolgsquoten können im Rahmen der Konzeptakkreditierung nicht gemacht werden.

Entscheidungsvorschlag

Erfüllt

Geschlechtergerechtigkeit und Nachteilsausgleich [\(§ 15 StudakVO\)](#)

Studiengangsübergreifende Aspekte

An der Hochschule werden die Themen Gleichstellung und Diversity als Kernaufgaben betrachtet und als Möglichkeit begriffen, um Chancengerechtigkeit, Wertschätzung und Teilhabe zu fördern. Ein kooperatives Zusammenwirken aller relevanten Akteure bildet laut Selbstbericht die Grundlage der Arbeit und zielt darauf ab, gemeinsam Diskriminierungen zu erkennen, Barrieren abzubauen, Bildungsgerechtigkeit zu fördern und -zugänge zu schaffen.

Seit 2013 ist die Gleichstellungsbeauftragte am Standort Köln dafür verantwortlich, die Grundprinzipien umzusetzen. Am Standort Mainz gibt es eine Stellvertretung, so dass auch hier eine feste Ansprechpartnerin existiert. Das Gleichstellungskonzept wurde 2014 entwickelt sowie fortlaufend überprüft und aktualisiert. In Absprache mit dem Vizepräsidenten für Wirtschaft und Verwaltung werden die Gleichstellungsrichtlinien der Organisation erstellt und deren Einhaltung durch nachfolgende Maßnahmen gewährleistet:

Die Hochschule möchte zu jedem Zeitpunkt sicherstellen, dass Personen, die sich auf eine Stelle an der Hochschule bewerben, gleich und fair behandelt werden. Die Entscheidungen werden in den Auswahlverfahren auf der Grundlage von Qualifikationen und Eignung für die jeweils

ausgeschriebene Stelle getroffen. Bewerber dürfen nicht anhand von Kriterien diskriminiert werden, die für die Anforderungen der Stelle unerheblich oder nicht gerechtfertigt sind.

Das Zulassungsverfahren für Studierende darf Bewerber nicht aufgrund anderer Kriterien diskriminieren, die in Bezug auf die akademischen Zulassungsvoraussetzungen nicht gerechtfertigt sind (siehe Zulassungsverordnung).

Für Studierende werden ebenfalls berufsbegleitende Varianten angeboten. Die angebotenen Möglichkeiten für die Mitarbeiter umfassen Teilzeitstellen, Gleitzeit, gestaffelte Arbeitszeiten sowie Möglichkeiten des mobilen Arbeitens. Anträge auf flexible Arbeitsvereinbarungen werden an die zuständigen Dekane oder Abteilungsleiter gestellt und zur Entscheidung dem Präsidium oder der Geschäftsführung vorgelegt.

Für jüngere weibliche Fakultätsmitglieder bietet die Hochschule ein informelles Mentoring an, das Unterstützung für die Karriereentwicklung und den beruflichen Aufstieg bietet. Außerdem wird der Aufbau von und der Beitritt zu Frauennetzwerken außerhalb der Hochschule unterstützt.

Die Hochschule hat sich gemäß den Angaben im Selbstbericht zur kontinuierlichen Weiterentwicklung ihres Gleichstellungskonzepts verpflichtet. Hierzu werden die Prozesse an der CBS in Zusammenarbeit mit den Hochschulmitgliedern und -angehörigen regelmäßig überprüft und weiterentwickelt.

Studierende mit besonderen Bedürfnissen werden gemäß den Angaben im Selbstbericht dabei unterstützt ihr Studium erfolgreich abzuschließen. Es wird z.B. darauf geachtet, dass alle Unterrichtsräume barrierefrei mit einem Rollstuhl zu erreichen sind oder dass einem Studierenden mit eingeschränkter Sehfähigkeit besondere Unterrichts- und Prüfungsunterlagen zur Verfügung gestellt werden. Der Nachteilsausgleich für Studierende ist in der Studien- und Prüfungsordnung für die Masterstudiengänge unter § 26 geregelt.

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Die Hochschule verfügt über Konzepte zur Geschlechtergerechtigkeit und zur Förderung der Chancengleichheit. Die Ordnungen treffen die notwendigen Regelungen zur Förderung von Studierenden in besonderen Lebenslagen. Die Funktion des Gleichstellungsbeauftragten und die Erstellung eines Gleichstellungskonzeptes unterstützen sowohl Mitarbeiter der Hochschule als auch Studierende in verschiedenen Lebenssituationen.

Entscheidungsvorschlag

Erfüllt

3 Begutachtungsverfahren

3.1 Allgemeine Hinweise

Da es sich um eine Konzeptbegutachtung von parallel entwickelten Studienprogrammen handelt, die eine ähnliche Modulstruktur aufweisen, formulierte das Gutachtergremium die Einschätzung und Bewertung der Kriterien (Ausnahmen §11 und § 12 Abs. 1 Sätze 1 bis 3 und 5 StudakVO) übergreifend, da die Quintessenz der Begutachtung für die Studiengänge gleichermaßen zutrifft.

Im Rahmen des Verfahrens wurden folgende Dokumente nachgereicht, bzw. überarbeitet:

- Curriculum Entrepreneurship & Innovationsmanagement
- Curriculum Management von Familienunternehmen
- Modulhandbücher für die Studiengänge 01-04
- Studien- und Prüfungsordnung für Masterstudiengänge
- Zulassungsordnung

Dadurch konnten Auflagenempfehlungen entfallen.

3.2 Rechtliche Grundlagen

Akkreditierungsstaatsvertrag

Verordnung zur Regelung des Näheren der Studienakkreditierung in Nordrhein-Westfalen, (Studienakkreditierungsverordnung – StudakVO vom 25.01.2018)

3.3 Gutachtergremium

- a) Hochschullehrerinnen / Hochschullehrer
Prof. Dr. Yasemin Boztug, Georg-August-Universität Göttingen, Professorin für Marketing und Konsumentenverhalten
Prof. Dr. Martin Kaschny, Hochschule Koblenz, Professor für Allgemeine BWL, insbesondere Mittelstandsmanagement und Unternehmertum
Prof. Dr. Gerd Hofmeister, Fachhochschule Erfurt, Professor für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre
Prof. Dr. Ullrich Günther, Leuphana Universität Lüneburg, Professor für Wirtschaftspsychologie
- b) Vertreterin der Berufspraxis
Ulrike Loos, Deutsche Bahn AG, Talent- und Karrieremanagerin

c) Studierender

Johannes Mehler, RWTH Aachen, Studierender Wirtschaftsingenieurwesen, Fachrichtung Maschinenbau (M.Sc.), Doppelmasterprogramm mit der Tsinghua University Peking, China, Schwerpunkt im Bereich Wirtschaftswissenschaften: "Entrepreneurship, Innovation and Marketing"

4 Datenblatt

4.1 Daten zum Studiengang

Nicht beobachtbar, da Studienstart ab 31.08.2020.

4.2 Daten zur Akkreditierung

Vertragsschluss Hochschule – Agentur:	23.03.2020
Eingang der Selbstdokumentation:	21.04.2020
Zeitpunkt der Begehung:	23.06.2020 24.06.2020
Personengruppen, mit denen Gespräche geführt worden sind:	Hochschulleitung, Studiengangsleitung, Lehrende, Verwaltungsmitarbeiter, QM-Beauftragter, Studierende und Absolventen
An räumlicher und sächlicher Ausstattung wurde besichtigt (optional, sofern fachlich angezeigt):	Seminarräume Campus Köln

5 Glossar

Akkreditierungsbericht	Der Akkreditierungsbericht besteht aus dem von der Agentur erstellten Prüfbericht (zur Erfüllung der formalen Kriterien) und dem von dem Gutachtergremium erstellten Gutachten (zur Erfüllung der fachlich-inhaltlichen Kriterien).
Akkreditierungsverfahren	Das gesamte Verfahren von der Antragstellung der Hochschule bei der Agentur bis zur Entscheidung durch den Akkreditierungsrat (Begutachtungsverfahren + Antragsverfahren)
Antragsverfahren	Verfahren von der Antragstellung der Hochschule beim Akkreditierungsrat bis zur Beschlussfassung durch den Akkreditierungsrat
Begutachtungsverfahren	Verfahren von der Antragstellung der Hochschule bei einer Agentur bis zur Erstellung des fertigen Akkreditierungsberichts
Gutachten	Das Gutachten wird von der Gutachtergruppe erstellt und bewertet die Erfüllung der fachlich-inhaltlichen Kriterien
Internes Akkreditierungsverfahren	Hochschulinternes Verfahren, in dem die Erfüllung der formalen und fachlich-inhaltlichen Kriterien auf Studiengangsebene durch eine systemakkreditierte Hochschule überprüft wird.
MRVO	Musterrechtsverordnung
Prüfbericht	Der Prüfbericht wird von der Agentur erstellt und bewertet die Erfüllung der formalen Kriterien
Reakkreditierung	Erneute Akkreditierung, die auf eine vorangegangene Erst- oder Reakkreditierung folgt.
StAkkStV	Studienakkreditierungsstaatsvertrag

Anhang

§ 3 Studienstruktur und Studiendauer

(1) ¹Im System gestufter Studiengänge ist der Bachelorabschluss der erste berufsqualifizierende Regelabschluss eines Hochschulstudiums; der Masterabschluss stellt einen weiteren berufsqualifizierenden Hochschulabschluss dar. ²Grundständige Studiengänge, die unmittelbar zu einem Masterabschluss führen, sind mit Ausnahme der in Absatz 3 genannten Studiengänge ausgeschlossen.

(2) ¹Die Regelstudienzeiten für ein Vollzeitstudium betragen sechs, sieben oder acht Semester bei den Bachelorstudiengängen und vier, drei oder zwei Semester bei den Masterstudiengängen. ²Im Bachelorstudium beträgt die Regelstudienzeit im Vollzeitstudium mindestens drei Jahre. ³Bei konsekutiven Studiengängen beträgt die Gesamtregelstudienzeit im Vollzeitstudium fünf Jahre (zehn Semester). ⁴Wenn das Landesrecht dies vorsieht, sind kürzere und längere Regelstudienzeiten bei entsprechender studienorganisatorischer Gestaltung ausnahmsweise möglich, um den Studierenden eine individuelle Lernbiografie, insbesondere durch Teilzeit-, Fern-, berufsbegleitendes oder duales Studium sowie berufspraktische Semester, zu ermöglichen. ⁵Abweichend von Satz 3 können in den künstlerischen Kernfächern an Kunst- und Musikhochschulen nach näherer Bestimmung des Landesrechts konsekutive Bachelor- und Masterstudiengänge auch mit einer Gesamtregelstudienzeit von sechs Jahren eingerichtet werden.

(3) Theologische Studiengänge, die für das Pfarramt, das Priesteramt und den Beruf der Pastoralreferentin oder des Pastoralreferenten qualifizieren („Theologisches Vollstudium“), müssen nicht gestuft sein und können eine Regelstudienzeit von zehn Semestern aufweisen.

[Zurück zum Prüfbericht](#)

§ 4 Studiengangprofile

(1) ¹Masterstudiengänge können in „anwendungsorientierte“ und „forschungsorientierte“ unterschieden werden. ²Masterstudiengänge an Kunst- und Musikhochschulen können ein besonderes künstlerisches Profil haben. ³Masterstudiengänge, in denen die Bildungsvoraussetzungen für ein Lehramt vermittelt werden, haben ein besonderes lehramtsbezogenes Profil. ⁴Das jeweilige Profil ist in der Akkreditierung festzustellen.

(2) ¹Bei der Einrichtung eines Masterstudiengangs ist festzulegen, ob er konsekutiv oder weiterbildend ist. ²Weiterbildende Masterstudiengänge entsprechen in den Vorgaben zur Regelstudienzeit und zur Abschlussarbeit den konsekutiven Masterstudiengängen und führen zu dem gleichen Qualifikationsniveau und zu denselben Berechtigungen.

(3) Bachelor- und Masterstudiengänge sehen eine Abschlussarbeit vor, mit der die Fähigkeit nachgewiesen wird, innerhalb einer vorgegebenen Frist ein Problem aus dem jeweiligen Fach selbständig nach wissenschaftlichen bzw. künstlerischen Methoden zu bearbeiten.

[Zurück zum Prüfbericht](#)

§ 5 Zugangsvoraussetzungen und Übergänge zwischen Studienangeboten

(1) ¹Zugangsvoraussetzung für einen Masterstudiengang ist ein erster berufsqualifizierender Hochschulabschluss. ²Bei weiterbildenden und künstlerischen Masterstudiengängen kann der berufsqualifizierende Hochschulabschluss durch eine Eingangsprüfung ersetzt werden, sofern Landesrecht dies vorsieht. ³Weiterbildende Masterstudiengänge setzen qualifizierte berufspraktische Erfahrung von in der Regel nicht unter einem Jahr voraus.

(2) ¹Als Zugangsvoraussetzung für künstlerische Masterstudiengänge ist die hierfür erforderliche besondere künstlerische Eignung nachzuweisen. ²Beim Zugang zu weiterbildenden künstlerischen Masterstudiengängen können auch berufspraktische Tätigkeiten, die während des Studiums abgeleistet werden, berücksichtigt werden, sofern Landesrecht dies ermöglicht. Das Erfordernis berufspraktischer Erfahrung gilt nicht an Kunsthochschulen für solche Studien, die einer Vertiefung freikünstlerischer Fähigkeiten dienen, sofern landesrechtliche Regelungen dies vorsehen.

(3) Für den Zugang zu Masterstudiengängen können weitere Voraussetzungen entsprechend Landesrecht vorgesehen werden.

[Zurück zum Prüfbericht](#)

§ 6 Abschlüsse und Abschlussbezeichnungen

(1) ¹Nach einem erfolgreich abgeschlossenen Bachelor- oder Masterstudiengang wird jeweils nur ein Grad, der Bachelor- oder Mastergrad, verliehen, es sei denn, es handelt sich um einen Multiple-Degree-Abschluss. ²Dabei findet keine Differenzierung der Abschlussgrade nach der Dauer der Regelstudienzeit statt.

(2) ¹Für Bachelor- und konsekutive Mastergrade sind folgende Bezeichnungen zu verwenden:

1. Bachelor of Arts (B.A.) und Master of Arts (M.A.) in den Fächergruppen Sprach- und Kulturwissenschaften, Sport, Sportwissenschaft, Sozialwissenschaften, Kunstwissenschaft, Darstellende Kunst und bei entsprechender inhaltlicher Ausrichtung in der Fächergruppe Wirtschaftswissenschaften sowie in künstlerisch angewandten Studiengängen,

2. Bachelor of Science (B.Sc.) und Master of Science (M.Sc.) in den Fächergruppen Mathematik, Naturwissenschaften, Medizin, Agrar-, Forst- und Ernährungswissenschaften, in den Fächergruppen Ingenieurwissenschaften und Wirtschaftswissenschaften bei entsprechender inhaltlicher Ausrichtung,
3. Bachelor of Engineering (B.Eng.) und Master of Engineering (M.Eng.) in der Fächergruppe Ingenieurwissenschaften bei entsprechender inhaltlicher Ausrichtung,
4. Bachelor of Laws (LL.B.) und Master of Laws (LL.M.) in der Fächergruppe Rechtswissenschaften,
5. Bachelor of Fine Arts (B.F.A.) und Master of Fine Arts (M.F.A.) in der Fächergruppe Freie Kunst,
6. Bachelor of Music (B.Mus.) und Master of Music (M.Mus.) in der Fächergruppe Musik,
7. ¹Bachelor of Education (B.Ed.) und Master of Education (M.Ed.) für Studiengänge, in denen die Bildungsvoraussetzungen für ein Lehramt vermittelt werden. ²Für einen polyvalenten Studiengang kann entsprechend dem inhaltlichen Schwerpunkt des Studiengangs eine Bezeichnung nach den Nummern 1 bis 7 vorgesehen werden.

²Fachliche Zusätze zu den Abschlussbezeichnungen und gemischtsprachige Abschlussbezeichnungen sind ausgeschlossen. ³Bachelorgrade mit dem Zusatz „honours“ („B.A. hon.“) sind ausgeschlossen. ⁴Bei interdisziplinären und Kombinationsstudiengängen richtet sich die Abschlussbezeichnung nach demjenigen Fachgebiet, dessen Bedeutung im Studiengang überwiegt. ⁵Für Weiterbildungsstudiengänge dürfen auch Mastergrade verwendet werden, die von den vorgenannten Bezeichnungen abweichen. ⁶Für theologische Studiengänge, die für das Pfarramt, das Priesteramt und den Beruf der Pastoralreferentin oder des Pastoralreferenten qualifizieren („Theologisches Vollstudium“), können auch abweichende Bezeichnungen verwendet werden.

(3) In den Abschlussdokumenten darf an geeigneter Stelle verdeutlicht werden, dass das Qualifikationsniveau des Bachelorabschlusses einem Diplomabschluss an Fachhochschulen bzw. das Qualifikationsniveau eines Masterabschlusses einem Diplomabschluss an Universitäten oder gleichgestellten Hochschulen entspricht.

(4) Auskunft über das dem Abschluss zugrundeliegende Studium im Einzelnen erteilt das Diploma Supplement, das Bestandteil jedes Abschlusszeugnisses ist.

[Zurück zum Prüfbericht](#)

§ 7 Modularisierung

(1) ¹Die Studiengänge sind in Studieneinheiten (Module) zu gliedern, die durch die Zusammenfassung von Studieninhalten thematisch und zeitlich abgegrenzt sind. ²Die Inhalte eines Moduls sind so zu bemessen, dass sie in der Regel innerhalb von maximal zwei aufeinander folgenden Semestern vermittelt werden können; in besonders begründeten Ausnahmefällen kann sich ein Modul auch über mehr als zwei Semester erstrecken. ³Für das künstlerische Kernfach im Bachelorstudium sind mindestens zwei Module verpflichtend, die etwa zwei Drittel der Arbeitszeit in Anspruch nehmen können.

(2) ¹Die Beschreibung eines Moduls soll mindestens enthalten:

1. Inhalte und Qualifikationsziele des Moduls,
2. Lehr- und Lernformen,
3. Voraussetzungen für die Teilnahme,
4. Verwendbarkeit des Moduls,
5. Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Leistungspunkten entsprechend dem European Credit Transfer System (ECTS-Leistungspunkte),
6. ECTS-Leistungspunkte und Benotung,
7. Häufigkeit des Angebots des Moduls,
8. Arbeitsaufwand und
9. Dauer des Moduls.

(3) ¹Unter den Voraussetzungen für die Teilnahme sind die Kenntnisse, Fähigkeiten und Fertigkeiten für eine erfolgreiche Teilnahme und Hinweise für die geeignete Vorbereitung durch die Studierenden zu benennen. ²Im Rahmen der Verwendbarkeit des Moduls ist darzustellen, welcher Zusammenhang mit anderen Modulen desselben Studiengangs besteht und inwieweit es zum Einsatz in anderen Studiengängen geeignet ist. ³Bei den Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Leistungspunkten ist anzugeben, wie ein Modul erfolgreich absolviert werden kann (Prüfungsart, -umfang, -dauer).

[Zurück zum Prüfbericht](#)

§ 8 Leistungspunktesystem

(1) ¹Jedem Modul ist in Abhängigkeit vom Arbeitsaufwand für die Studierenden eine bestimmte Anzahl von ECTS-Leistungspunkten zuzuordnen. ²Je Semester sind in der Regel 30 Leistungspunkte zu Grunde zu legen. ³Ein Leistungspunkt entspricht einer Gesamtarbeitsleistung der Studierenden im Präsenz- und Selbststudium von 25 bis höchstens 30 Zeitstunden. ⁴Für ein Modul werden ECTS-Leistungspunkte gewährt, wenn die in der Prüfungsordnung vorgesehenen Leistungen nachgewiesen werden. ⁵Die Vergabe von ECTS-Leistungspunkten setzt nicht zwingend eine Prüfung, sondern den erfolgreichen Abschluss des jeweiligen Moduls voraus.

(2) ¹Für den Bachelorabschluss sind nicht weniger als 180 ECTS-Leistungspunkte nachzuweisen. ²Für den Masterabschluss werden unter Einbeziehung des vorangehenden Studiums bis zum ersten berufsqualifizierenden Abschluss 300 ECTS-Leistungspunkte benötigt. ³Davon kann bei entsprechender Qualifikation der Studierenden im Einzelfall abgewichen werden, auch wenn nach Abschluss eines Masterstudiengangs 300 ECTS-Leistungspunkte nicht erreicht werden. ⁴Bei konsekutiven Bachelor- und Masterstudiengängen in den künstlerischen Kernfächern an Kunst- und Musikhochschulen mit einer Gesamtregelstudienzeit von sechs Jahren wird das Masterniveau mit 360 ECTS-Leistungspunkten erreicht.

(3) ¹Der Bearbeitungsumfang beträgt für die Bachelorarbeit 6 bis 12 ECTS-Leistungspunkte und für die Masterarbeit 15 bis 30 ECTS-Leistungspunkte. ²In Studiengängen der Freien Kunst kann in begründeten Ausnahmefällen der Bearbeitungsumfang für die Bachelorarbeit bis zu 20 ECTS-Leistungspunkte und für die Masterarbeit bis zu 40 ECTS-Leistungspunkte betragen.

(4) ¹In begründeten Ausnahmefällen können für Studiengänge mit besonderen studienorganisatorischen Maßnahmen bis zu 75 ECTS-Leistungspunkte pro Studienjahr zugrunde gelegt werden. ²Dabei ist die Arbeitsbelastung eines ECTS-Leistungspunktes mit 30 Stunden bemessen. ³Besondere studienorganisatorische Maßnahmen können insbesondere Lernumfeld und Betreuung, Studienstruktur, Studienplanung und Maßnahmen zur Sicherung des Lebensunterhalts betreffen.

(5) ¹Bei Lehramtsstudiengängen für Lehrämter der Grundschule oder Primarstufe, für übergreifende Lehrämter der Primarstufe und aller oder einzelner Schularten der Sekundarstufe, für Lehrämter für alle oder einzelne Schularten der Sekundarstufe I sowie für Sonderpädagogische Lehrämter I kann ein Masterabschluss vergeben werden, wenn nach mindestens 240 an der Hochschule erworbenen ECTS-Leistungspunkten unter Einbeziehung des Vorbereitungsdiens-tes insgesamt 300 ECTS-Leistungspunkte erreicht sind.

(6) ¹An Berufsakademien sind bei einer dreijährigen Ausbildungsdauer für den Bachelorabschluss in der Regel 180 ECTS-Leistungspunkte nachzuweisen. ²Der Umfang der theorieba-

sierten Ausbildungsanteile darf 120 ECTS-Leistungspunkte, der Umfang der praxisbasierten Ausbildungsanteile 30 ECTS-Leistungspunkte nicht unterschreiten.

[Zurück zum Prüfbericht](#)

Art. 2 Abs. 2 StAkkStV Anerkennung und Anrechnung*

Formale Kriterien sind [...] Maßnahmen zur Anerkennung von Leistungen bei einem Hochschul- oder Studiengangswechsel und von außerhochschulisch erbrachten Leistungen.

[Zurück zum Prüfbericht](#)

§ 9 Besondere Kriterien für Kooperationen mit nichthochschulischen Einrichtungen

(1) ¹Umfang und Art bestehender Kooperationen mit Unternehmen und sonstigen Einrichtungen sind unter Einbezug nichthochschulischer Lernorte und Studienanteile sowie der Unterrichtssprache(n) vertraglich geregelt und auf der Internetseite der Hochschule beschrieben. ²Bei der Anwendung von Anrechnungsmodellen im Rahmen von studiengangsbezogenen Kooperationen ist die inhaltliche Gleichwertigkeit anzurechnender nichthochschulischer Qualifikationen und deren Äquivalenz gemäß dem angestrebten Qualifikationsniveau nachvollziehbar dargelegt.

(2) Im Fall von studiengangsbezogenen Kooperationen mit nichthochschulischen Einrichtungen ist der Mehrwert für die künftigen Studierenden und die gradverleihende Hochschule nachvollziehbar dargelegt.

[Zurück zum Prüfbericht](#)

§ 10 Sonderregelungen für Joint-Degree-Programme

(1) Ein Joint-Degree-Programm ist ein gestufter Studiengang, der von einer inländischen Hochschule gemeinsam mit einer oder mehreren Hochschulen ausländischer Staaten aus dem Europäischen Hochschulraum koordiniert und angeboten wird, zu einem gemeinsamen Abschluss führt und folgende weitere Merkmale aufweist:

1. Integriertes Curriculum,
2. Studienanteil an einer oder mehreren ausländischen Hochschulen von in der Regel mindestens 25 Prozent,
3. vertraglich geregelte Zusammenarbeit,

4. abgestimmtes Zugangs- und Prüfungswesen und

5. eine gemeinsame Qualitätssicherung.

(2) ¹Qualifikationen und Studienzeiten werden in Übereinstimmung mit dem Gesetz zu dem Übereinkommen vom 11. April 1997 über die Anerkennung von Qualifikationen im Hochschulbereich in der europäischen Region vom 16. Mai 2007 (BGBl. 2007 II S. 712, 713) (Lissabon-Konvention) anerkannt. ²Das ECTS wird entsprechend §§ 7 und 8 Absatz 1 angewendet und die Verteilung der Leistungspunkte ist geregelt. ³Für den Bachelorabschluss sind 180 bis 240 Leistungspunkte nachzuweisen und für den Masterabschluss nicht weniger als 60 Leistungspunkte. ⁴Die wesentlichen Studieninformationen sind veröffentlicht und für die Studierenden jederzeit zugänglich.

(3) Wird ein Joint Degree-Programm von einer inländischen Hochschule gemeinsam mit einer oder mehreren Hochschulen ausländischer Staaten koordiniert und angeboten, die nicht dem Europäischen Hochschulraum angehören (außereuropäische Kooperationspartner), so finden auf Antrag der inländischen Hochschule die Absätze 1 und 2 entsprechende Anwendung, wenn sich die außereuropäischen Kooperationspartner in der Kooperationsvereinbarung mit der inländischen Hochschule zu einer Akkreditierung unter Anwendung der in den Absätzen 1 und 2 sowie in den §§ 16 Absatz 1 und 33 Absatz 1 geregelten Kriterien und Verfahrensregeln verpflichtet.

[Zurück zum Prüfbericht](#)

§ 11 Qualifikationsziele und Abschlussniveau

(1) ¹Die Qualifikationsziele und die angestrebten Lernergebnisse sind klar formuliert und tragen den in [Artikel 2 Absatz 3 Nummer 1 Studienakkreditierungsstaatsvertrag](#) genannten Zielen von Hochschulbildung

- wissenschaftliche oder künstlerische Befähigung sowie
- Befähigung zu einer qualifizierten Erwerbstätigkeit und
- Persönlichkeitsentwicklung

nachvollziehbar Rechnung. ²Die Dimension Persönlichkeitsbildung umfasst auch die künftige zivilgesellschaftliche, politische und kulturelle Rolle der Absolventinnen und Absolventen. Die Studierenden sollen nach ihrem Abschluss in der Lage sein, gesellschaftliche Prozesse kritisch, reflektiert sowie mit Verantwortungsbewusstsein und in demokratischem Gemeinsinn maßgeblich mitzugestalten.

(2) Die fachlichen und wissenschaftlichen/künstlerischen Anforderungen umfassen die Aspekte Wissen und Verstehen (Wissensverbreiterung, Wissensvertiefung und Wissensverständnis), Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst (Nutzung und Transfer, wissenschaftliche Innovation), Kommunikation und Kooperation sowie wissenschaftliches/künstlerisches Selbstverständnis / Professionalität und sind stimmig im Hinblick auf das vermittelte Abschlussniveau.

(3) ¹Bachelorstudiengänge dienen der Vermittlung wissenschaftlicher Grundlagen, Methodenkompetenz und berufsfeldbezogener Qualifikationen und stellen eine breite wissenschaftliche Qualifizierung sicher. ²Konsekutive Masterstudiengänge sind als vertiefende, verbreiternde, fachübergreifende oder fachlich andere Studiengänge ausgestaltet. ³Weiterbildende Masterstudiengänge setzen qualifizierte berufspraktische Erfahrung von in der Regel nicht unter einem Jahr voraus. ⁴Das Studiengangskonzept weiterbildender Masterstudiengänge berücksichtigt die beruflichen Erfahrungen und knüpft zur Erreichung der Qualifikationsziele an diese an. ⁵Bei der Konzeption legt die Hochschule den Zusammenhang von beruflicher Qualifikation und Studienangebot sowie die Gleichwertigkeit der Anforderungen zu konsekutiven Masterstudiengängen dar. ⁶Künstlerische Studiengänge fördern die Fähigkeit zur künstlerischen Gestaltung und entwickeln diese fort.

[Zurück zum Gutachten](#)

§ 12 Schlüssiges Studiengangskonzept und adäquate Umsetzung

§ 12 Abs. 1 Sätze 1 bis 3 und Satz 5

(1) ¹Das Curriculum ist unter Berücksichtigung der festgelegten Eingangsqualifikation und im Hinblick auf die Erreichbarkeit der Qualifikationsziele adäquat aufgebaut. ²Die Qualifikationsziele, die Studiengangsbezeichnung, Abschlussgrad und -bezeichnung und das Modulkonzept sind stimmig aufeinander bezogen. ³Das Studiengangskonzept umfasst vielfältige, an die jeweilige Fachkultur und das Studienformat angepasste Lehr- und Lernformen sowie gegebenenfalls Praxisanteile. ⁵Es bezieht die Studierenden aktiv in die Gestaltung von Lehr- und Lernprozessen ein (studierendenzentriertes Lehren und Lernen) und eröffnet Freiräume für ein selbstgestaltetes Studium.

[Zurück zum Gutachten](#)

§ 12 Abs. 1 Satz 4

⁴Es [das Studiengangskonzept] schafft geeignete Rahmenbedingungen zur Förderung der studentischen Mobilität, die den Studierenden einen Aufenthalt an anderen Hochschulen ohne Zeitverlust ermöglichen.

[Zurück zum Gutachten](#)

§ 12 Abs. 2

(2) ¹Das Curriculum wird durch ausreichendes fachlich und methodisch-didaktisch qualifiziertes Lehrpersonal umgesetzt. ²Die Verbindung von Forschung und Lehre wird entsprechend dem Profil der Hochschulart insbesondere durch hauptberuflich tätige Professorinnen und Professoren sowohl in grundständigen als auch weiterführenden Studiengängen gewährleistet. ³Die Hochschule ergreift geeignete Maßnahmen der Personalauswahl und -qualifizierung.

[Zurück zum Gutachten](#)

§ 12 Abs. 3

(3) Der Studiengang verfügt darüber hinaus über eine angemessene Ressourcenausstattung (insbesondere nichtwissenschaftliches Personal, Raum- und Sachausstattung, einschließlich IT-Infrastruktur, Lehr- und Lernmittel).

[Zurück zum Gutachten](#)

§ 12 Abs. 4

(4) ¹Prüfungen und Prüfungsarten ermöglichen eine aussagekräftige Überprüfung der erreichten Lernergebnisse. ²Sie sind modulbezogen und kompetenzorientiert.

[Zurück zum Gutachten](#)

§ 12 Abs. 5

(5) ¹Die Studierbarkeit in der Regelstudienzeit ist gewährleistet. ²Dies umfasst insbesondere

1. einen planbaren und verlässlichen Studienbetrieb,
2. die weitgehende Überschneidungsfreiheit von Lehrveranstaltungen und Prüfungen,
3. einen plausiblen und der Prüfungsbelastung angemessenen durchschnittlichen Arbeitsaufwand, wobei die Lernergebnisse eines Moduls so zu bemessen sind, dass sie in der Regel in-

nerhalb eines Semesters oder eines Jahres erreicht werden können, was in regelmäßigen Erhebungen validiert wird, und

4. eine adäquate und belastungsangemessene Prüfungsdichte und -organisation, wobei in der Regel für ein Modul nur eine Prüfung vorgesehen wird und Module mindestens einen Umfang von fünf ECTS-Leistungspunkten aufweisen sollen.

[Zurück zum Gutachten](#)

§ 12 Abs. 6

(6) Studiengänge mit besonderem Profilspruch weisen ein in sich geschlossenes Studiengangskonzept aus, das die besonderen Charakteristika des Profils angemessen darstellt.

[Zurück zum Gutachten](#)

§ 13 Fachlich-Inhaltliche Gestaltung der Studiengänge

§ 13 Abs. 1

(1) ¹Die Aktualität und Adäquanz der fachlichen und wissenschaftlichen Anforderungen ist gewährleistet. ²Die fachlich-inhaltliche Gestaltung und die methodisch-didaktischen Ansätze des Curriculums werden kontinuierlich überprüft und an fachliche und didaktische Weiterentwicklungen angepasst. ³Dazu erfolgt eine systematische Berücksichtigung des fachlichen Diskurses auf nationaler und gegebenenfalls internationaler Ebene.

[Zurück zum Gutachten](#)

§ 13 Abs. 2

(2) In Studiengängen, in denen die Bildungsvoraussetzungen für ein Lehramt vermittelt werden, sind Grundlage der Akkreditierung sowohl die Bewertung der Bildungswissenschaften und Fachwissenschaften sowie deren Didaktik nach ländergemeinsamen und länderspezifischen fachlichen Anforderungen als auch die ländergemeinsamen und länderspezifischen strukturellen Vorgaben für die Lehrerausbildung.

§ 13 Abs. 3

(3) ¹Im Rahmen der Akkreditierung von Lehramtsstudiengängen ist insbesondere zu prüfen, ob

1. ein integratives Studium an Universitäten oder gleichgestellten Hochschulen von mindestens zwei Fachwissenschaften und von Bildungswissenschaften in der Bachelorphase sowie in der Masterphase (Ausnahmen sind bei den Fächern Kunst und Musik zulässig),

2. schulpraktische Studien bereits während des Bachelorstudiums und
3 eine Differenzierung des Studiums und der Abschlüsse nach Lehrämtern
erfolgt sind. ²Ausnahmen beim Lehramt für die beruflichen Schulen sind zulässig.

[Zurück zum Gutachten](#)

§ 14 Studienerfolg

¹Der Studiengang unterliegt unter Beteiligung von Studierenden und Absolventinnen und Absolventen einem kontinuierlichen Monitoring. ²Auf dieser Grundlage werden Maßnahmen zur Sicherung des Studienerfolgs abgeleitet. ³Diese werden fortlaufend überprüft und die Ergebnisse für die Weiterentwicklung des Studiengangs genutzt. ⁴Die Beteiligten werden über die Ergebnisse und die ergriffenen Maßnahmen unter Beachtung datenschutzrechtlicher Belange informiert.

[Zurück zum Gutachten](#)

§ 15 Geschlechtergerechtigkeit und Nachteilsausgleich

Die Hochschule verfügt über Konzepte zur Geschlechtergerechtigkeit und zur Förderung der Chancengleichheit von Studierenden in besonderen Lebenslagen, die auf der Ebene des Studiengangs umgesetzt werden.

[Zurück zum Gutachten](#)

§ 16 Sonderregelungen für Joint-Degree-Programme

(1) ¹Für Joint-Degree-Programme finden die Regelungen in § 11 Absätze 1 und 2, sowie § 12 Absatz 1 Sätze 1 bis 3, Absatz 2 Satz 1, Absätze 3 und 4 sowie § 14 entsprechend Anwendung. ²Daneben gilt:

1. Die Zugangsanforderungen und Auswahlverfahren sind der Niveaustufe und der Fachdisziplin, in der der Studiengang angesiedelt ist, angemessen.
2. Es kann nachgewiesen werden, dass mit dem Studiengang die angestrebten Lernergebnisse erreicht werden.
3. Soweit einschlägig, sind die Vorgaben der Richtlinie 2005/36/EG vom 07.09.2005 (ABl. L 255 vom 30.9.2005, S. 22-142) über die Anerkennung von Berufsqualifikationen, zuletzt geändert

durch die Richtlinie 2013/55/EU vom 17.01.2014 (ABl. L 354 vom 28.12.2013, S. 132-170) berücksichtigt.

4. Bei der Betreuung, der Gestaltung des Studiengangs und den angewendeten Lehr- und Lernformen werden die Vielfalt der Studierenden und ihrer Bedürfnisse respektiert und die spezifischen Anforderungen mobiler Studierender berücksichtigt.

5. Das Qualitätsmanagementsystem der Hochschule gewährleistet die Umsetzung der vorstehenden und der in § 17 genannten Maßgaben.

(2) Wird ein Joint Degree-Programm von einer inländischen Hochschule gemeinsam mit einer oder mehreren Hochschulen ausländischer Staaten koordiniert und angeboten, die nicht dem Europäischen Hochschulraum angehören (außereuropäische Kooperationspartner), so findet auf Antrag der inländischen Hochschule Absatz 1 entsprechende Anwendung, wenn sich die außereuropäischen Kooperationspartner in der Kooperationsvereinbarung mit der inländischen Hochschule zu einer Akkreditierung unter Anwendung der in Absatz 1, sowie der in den §§ 10 Absätze 1 und 2 und 33 Absatz 1 geregelten Kriterien und Verfahrensregeln verpflichtet.

[Zurück zum Gutachten](#)

§ 19 Kooperationen mit nichthochschulischen Einrichtungen

¹Führt eine Hochschule einen Studiengang in Kooperation mit einer nichthochschulischen Einrichtung durch, ist die Hochschule für die Einhaltung der Maßgaben gemäß der Teile 2 und 3 verantwortlich. ²Die gradverleihende Hochschule darf Entscheidungen über Inhalt und Organisation des Curriculums, über Zulassung, Anerkennung und Anrechnung, über die Aufgabenstellung und Bewertung von Prüfungsleistungen, über die Verwaltung von Prüfungs- und Studierendendaten, über die Verfahren der Qualitätssicherung sowie über Kriterien und Verfahren der Auswahl des Lehrpersonals nicht delegieren.

[Zurück zum Gutachten](#)

§ 20 Hochschulische Kooperationen

(1) ¹Führt eine Hochschule eine studiengangsbezogene Kooperation mit einer anderen Hochschule durch, gewährleistet die gradverleihende Hochschule bzw. gewährleisten die gradverleihenden Hochschulen die Umsetzung und die Qualität des Studiengangskonzeptes. ²Art und Umfang der Kooperation sind beschrieben und die der Kooperation zu Grunde liegenden Vereinbarungen dokumentiert.

(2) ¹Führt eine systemakkreditierte Hochschule eine studiengangsbezogene Kooperation mit einer anderen Hochschule durch, kann die systemakkreditierte Hochschule dem Studiengang das Siegel des Akkreditierungsrates gemäß § 22 Absatz 4 Satz 2 verleihen, sofern sie selbst gradverleihend ist und die Umsetzung und die Qualität des Studiengangskonzeptes gewährleistet. ²Abs. 1 Satz 2 gilt entsprechend.

(3) ¹Im Fall der Kooperation von Hochschulen auf der Ebene ihrer Qualitätsmanagementsysteme ist eine Systemakkreditierung jeder der beteiligten Hochschulen erforderlich. ²Auf Antrag der kooperierenden Hochschulen ist ein gemeinsames Verfahren der Systemakkreditierung zulässig.

[Zurück zum Gutachten](#)

§ 21 Besondere Kriterien für Bachelorausbildungsgänge an Berufsakademien

(1) ¹Die hauptberuflichen Lehrkräfte an Berufsakademien müssen die Einstellungs Voraussetzungen für Professorinnen und Professoren an Fachhochschulen gemäß § 44 Hochschulrahmengesetz in der Fassung der Bekanntmachung vom 19. Januar 1999 (BGBl. I S. 18), das zuletzt durch Artikel 6 Absatz 2 des Gesetzes vom 23. Mai 2017 (BGBl. I S. 1228) geändert worden ist, erfüllen. ²Soweit Lehrangebote überwiegend der Vermittlung praktischer Fertigkeiten und Kenntnisse dienen, für die nicht die Einstellungs Voraussetzungen für Professorinnen oder Professoren an Fachhochschulen erforderlich sind, können diese entsprechend § 56 Hochschulrahmengesetz und einschlägigem Landesrecht hauptberuflich tätigen Lehrkräften für besondere Aufgaben übertragen werden. ³Der Anteil der Lehre, der von hauptberuflichen Lehrkräften erbracht wird, soll 40 Prozent nicht unterschreiten. ⁴Im Ausnahmefall gehören dazu auch Professorinnen oder Professoren an Fachhochschulen oder Universitäten, die in Nebentätigkeit an einer Berufsakademie lehren, wenn auch durch sie die Kontinuität im Lehrangebot und die Konsistenz der Gesamtbildung sowie verpflichtend die Betreuung und Beratung der Studierenden gewährleistet sind; das Vorliegen dieser Voraussetzungen ist im Rahmen der Akkreditierung des einzelnen Studiengangs gesondert festzustellen.

(2) ¹Absatz 1 Satz 1 gilt entsprechend für nebenberufliche Lehrkräfte, die theoriebasierte, zu ECTS-Leistungspunkten führende Lehrveranstaltungen anbieten oder die als Prüferinnen oder Prüfer an der Ausgabe und Bewertung der Bachelorarbeit mitwirken. ²Lehrveranstaltungen nach Satz 1 können ausnahmsweise auch von nebenberuflichen Lehrkräften angeboten werden, die über einen fachlich einschlägigen Hochschulabschluss oder einen gleichwertigen Abschluss sowie über eine fachwissenschaftliche und didaktische Befähigung und über eine mehrjährige fachlich einschlägige Berufserfahrung entsprechend den Anforderungen an die Lehrveranstaltung verfügen.

(3) Im Rahmen der Akkreditierung ist auch zu überprüfen:

1. das Zusammenwirken der unterschiedlichen Lernorte (Studienakademie und Betrieb),

2. die Sicherung von Qualität und Kontinuität im Lehrangebot und in der Betreuung und Beratung der Studierenden vor dem Hintergrund der besonderen Personalstruktur an Berufsakademien und

3. das Bestehen eines nachhaltigen Qualitätsmanagementsystems, das die unterschiedlichen Lernorte umfasst.

[Zurück zum Gutachten](#)

Art. 2 Abs. 3 Nr. 1 Studienakkreditierungsstaatsvertrag

Zu den fachlich-inhaltlichen Kriterien gehören

1. dem angestrebten Abschlussniveau entsprechende Qualifikationsziele eines Studiengangs unter anderem bezogen auf den Bereich der wissenschaftlichen oder der künstlerischen Befähigung sowie die Befähigung zu einer qualifizierten Erwerbstätigkeit und Persönlichkeitsentwicklung

[Zurück zu § 11 MRVO](#)

[Zurück zum Gutachten](#)