

Akkreditierungsbericht

Programmakkreditierung – Bündelverfahren

Raster Fassung 02 – 04.03.2020



[► Inhaltsverzeichnis](#)

Hochschule	Hochschule Fresenius Heidelberg
Ggf. Standort	Heidelberg

Studiengang 01	Betriebswirtschaftslehre	
Abschlussbezeichnung	Bachelor 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 type="checkbox"/>	Kooperation § 20 MRVO <input type="checkbox"/>
Studiendauer (in Semestern)	6 / 7 mit Praxissemester	
Anzahl der vergebenen ECTS-Punkte	180 / 210 mit Praxissemester	
Aufnahme des Studienbetriebs am (Datum)	01.09.2016	
Aufnahmekapazität (Maximale Anzahl der Studienplätze)	42	Pro Semester <input checked="" type="checkbox"/> Pro Jahr <input type="checkbox"/>
Durchschnittliche Anzahl* der Studienanfängerinnen und Studienanfänger	25	Pro Semester <input checked="" type="checkbox"/> Pro Jahr <input type="checkbox"/>
Durchschnittliche Anzahl* der Absolventinnen und Absolventen	22	Pro Semester <input checked="" type="checkbox"/> Pro Jahr <input type="checkbox"/>
* Bezugszeitraum:	01.09.2016 bis 01.04.2020	

Konzeptakkreditierung	<input type="checkbox"/>
Erstakkreditierung	<input type="checkbox"/>
Reakkreditierung Nr. (Anzahl)	1

Verantwortliche Agentur	Foundation for International Business Administration Accreditation (FIBAA)
Zuständige/r Referentin	Ass. iur. Renate von Sydow
Akkreditierungsbericht vom	22.10.2020

Studiengang 02	Immobilienwirtschaft		
Abschlussbezeichnung	Bachelor 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 type="checkbox"/>	Kooperation § 20 MRVO <input type="checkbox"/>
Studiendauer (in Semestern)	6 / 7 mit Praxissemester		
Anzahl der vergebenen ECTS-Punkte	180 / 210 mit Praxissemester		
Aufnahme des Studienbetriebs am (Datum)	01.09.2018		
Aufnahmekapazität (Maximale Anzahl der Studienplätze)	42	Pro Semester <input checked="" type="checkbox"/>	Pro Jahr <input type="checkbox"/>
Durchschnittliche Anzahl* der Studienanfängerinnen und Studienanfänger	25	Pro Semester <input checked="" type="checkbox"/>	Pro Jahr <input type="checkbox"/>
Durchschnittliche Anzahl* der Absolventinnen und Absolventen	22	Pro Semester <input checked="" type="checkbox"/>	Pro Jahr <input type="checkbox"/>
* Bezugszeitraum:	01.09.2018 bis 01.04.2020		
Konzeptakkreditierung	<input type="checkbox"/>		
Erstakkreditierung	<input type="checkbox"/>		
Reakkreditierung Nr. (Anzahl)	1		

Studiengang 03	Sportmanagement		
Abschlussbezeichnung	Bachelor 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 type="checkbox"/>	Kooperation § 20 MRVO <input type="checkbox"/>
Studiendauer (in Semestern)	6 / 7 mit Praxissemester		
Anzahl der vergebenen ECTS-Punkte	180 / 210 mit Praxissemester		
Aufnahme des Studienbetriebs am (Datum)	01.09.2017		
Aufnahmekapazität (Maximale Anzahl der Studienplätze)	42	Pro Semester <input checked="" type="checkbox"/>	Pro Jahr <input type="checkbox"/>
Durchschnittliche Anzahl* der Studienanfängerinnen und Studienanfänger	25	Pro Semester <input checked="" type="checkbox"/>	Pro Jahr <input type="checkbox"/>
Durchschnittliche Anzahl* der Absolventinnen und Absolventen	22	Pro Semester <input checked="" type="checkbox"/>	Pro Jahr <input type="checkbox"/>
* Bezugszeitraum:	01.09.2017 bis 01.04.2020		
Konzeptakkreditierung	<input type="checkbox"/>		
Erstakkreditierung	<input type="checkbox"/>		
Reakkreditierung Nr. (Anzahl)	1		

Studiengang 04	Medienmanagement und Digitales Marketing vorher Medien- und Kommunikationsmanagement		
Abschlussbezeichnung	Bachelor 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 type="checkbox"/>	Kooperation § 20 MRVO <input type="checkbox"/>
Studiendauer (in Semestern)	6 / 7 mit Praxissemester		
Anzahl der vergebenen ECTS-Punkte	180 / 210 mit Praxissemester		
Aufnahme des Studienbetriebs am (Datum)	01.09.2017		
Aufnahmekapazität (Maximale Anzahl der Studienplätze)	42	Pro Semester <input checked="" type="checkbox"/>	Pro Jahr <input type="checkbox"/>
Durchschnittliche Anzahl* der Studienanfängerinnen und Studienanfänger	25	Pro Semester <input checked="" type="checkbox"/>	Pro Jahr <input type="checkbox"/>
Durchschnittliche Anzahl* der Absolventinnen und Absolventen	22	Pro Semester <input checked="" type="checkbox"/>	Pro Jahr <input type="checkbox"/>
* Bezugszeitraum:	01.09.2017 bis 01.04.2020		
Konzeptakkreditierung	<input type="checkbox"/>		
Erstakkreditierung	<input type="checkbox"/>		
Reakkreditierung Nr. (Anzahl)	1		

Studiengang 05	Wirtschaftspsychologie		
Abschlussbezeichnung	Bachelor 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 type="checkbox"/>	Kooperation § 20 MRVO <input type="checkbox"/>
Studiendauer (in Semestern)	6 / 7 mit Praxissemester		
Anzahl der vergebenen ECTS-Punkte	180 / 210 mit Praxissemester		
Aufnahme des Studienbetriebs am (Datum)	01.09.2018		
Aufnahmekapazität (Maximale Anzahl der Studienplätze)	42	Pro Semester <input checked="" type="checkbox"/>	Pro Jahr <input type="checkbox"/>
Durchschnittliche Anzahl* der Studienanfängerinnen und Studienanfänger	30	Pro Semester <input checked="" type="checkbox"/>	Pro Jahr <input type="checkbox"/>
Durchschnittliche Anzahl* der Absolventinnen und Absolventen	27	Pro Semester <input checked="" type="checkbox"/>	Pro Jahr <input type="checkbox"/>
* Bezugszeitraum:	01.09.2018 bis 01.04.2020		
Konzeptakkreditierung	<input type="checkbox"/>		
Erstakkreditierung	<input type="checkbox"/>		
Reakkreditierung Nr. (Anzahl)	1		

Inhalt

<i>Ergebnisse auf einen Blick</i>	8
Studiengang 01: Betriebswirtschaftslehre (B.A.)	8
Studiengang 02: Immobilienwirtschaft (B.A.)	8
Studiengang 03: Sportmanagement (B.A.)	9
Studiengang 04: Medienmanagement und Digitales Marketing (B.A.)	9
Studiengang 05: Wirtschaftspsychologie (B.Sc.)	10
<i>Kurzprofile</i>	11
Studiengang 01: Betriebswirtschaftslehre (B.A.).....	12
Studiengang 02: Immobilienwirtschaft (B.A.)	13
Studiengang 03: Sportmanagement (B.A.)	13
Studiengang 04: Medienmanagement und Digitales Marketing (B.A.)	14
Studiengang 05: Wirtschaftspsychologie (B.Sc.)	14
<i>Zusammenfassende Qualitätsbewertung des Gutachtergremiums</i>	15
Für alle Studiengänge	15
1 Prüfbericht: Erfüllung der formalen Kriterien	16
<i>Studienstruktur und Studiendauer (§ 3 StAkkVO)</i>	16
<i>Studiengangsprofile (§ 4 StAkkVO)</i>	16
<i>Zugangsvoraussetzungen und Übergänge zwischen Studienangeboten (§ 5 StAkkVO)</i>	16
<i>Abschlüsse und Abschlussbezeichnungen (§ 6 StAkkVO)</i>	17
<i>Modularisierung (§ 7 StAkkVO)</i>	18
<i>Leistungspunktesystem (§ 8 StAkkVO)</i>	18
<i>Anerkennung und Anrechnung (Art. 2 Abs. 2 StAkkVO)</i>	19
2 Gutachten: Erfüllung der fachlich-inhaltlichen Kriterien	20
2.1 <i>Schwerpunkte der Bewertung / Fokus der Qualitätsentwicklung</i>	20
2.2 <i>Erfüllung der fachlich-inhaltlichen Kriterien</i>	26
Qualifikationsziele und Abschlussniveau (§ 11 StAkkVO)	26
Schlüssiges Studiengangskonzept und adäquate Umsetzung (§ 12 MRVO)	30
Curriculum (§ 12 Abs. 1 Sätze 1 bis 3 und 5 StAkkVO)	30
Mobilität (§ 12 Abs. 1 Satz 4 StAkkVO).....	58
Personelle Ausstattung (§ 12 Abs. 2 StAkkVO)	60
Ressourcenausstattung (§ 12 Abs. 3 StAkkVO)	62
Prüfungssystem (§ 12 Abs. 4 StAkkVO)	65
Studierbarkeit (§ 12 Abs. 5 StAkkVO)	67
Fachlich-Inhaltliche Gestaltung der Studiengänge (§ 13 MRVO)	68

Aktualität der fachlichen und wissenschaftlichen Anforderungen (§ 13 Abs. 1 StAkkVO).....	68
Studienerfolg (§ 14 StAkkVO)	70
Geschlechtergerechtigkeit und Nachteilsausgleich (§ 15 StAkkVO).....	71
3 Begutachtungsverfahren	73
3.1 <i>Allgemeine Hinweise</i>	73
3.2 <i>Rechtliche Grundlagen</i>	73
3.3 <i>Gutachtergremium</i>	74
4 Datenblatt	75
4.1 <i>Daten zum Studiengang</i>	75
4.2 <i>Daten zur Akkreditierung</i>	77
5 Glossar	78

Ergebnisse auf einen Blick

Studiengang 01: Betriebswirtschaftslehre (B.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: Immobilienwirtschaft (B.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: Sportmanagement (B.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: Medienmanagement und Digitales Marketing (B.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: Wirtschaftspsychologie (B.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

Kurzprofile

Für alle Studiengänge

Die Hochschule Fresenius Heidelberg (HSF HD) ist eine eigenständige, vom Land Baden-Württemberg staatlich anerkannte Hochschule. Sie agiert im Verbund der Hochschule Fresenius, die wiederum vom Land Hessen staatlich anerkannt ist. Seit März 2015 ist die COGNOS AG Mehrheitsgesellschafterin der HSF HD. Die strategische Partnerschaft mit der COGNOS AG und die weitere Entwicklung im Verbund der Hochschule Fresenius verschaffen der HSF HD Zugang zu akademischem und marktorientiertem Know-how. Gemäß ihrem Leitbild qualifiziert die HSF HD ihre Studierenden für Management- und Führungsaufgaben sowie für psychologische und soziale Berufsbilder. Sie vermittelt beruflich relevante Erkenntnisse und Methoden der Wirtschafts-, Sozial- oder Geisteswissenschaften und verankert Grundsätze nachhaltiger und verantwortungsbewusster Unternehmensführung in Lehre und Forschung. Theoretisches Fachwissen und Forschungsarbeit werden in der beruflichen Praxis reflektiert und Kompetenzen in der Kommunikation in einem internationalen Wirtschaftskontext gefördert.

Der erfolgreiche Start des Studiengangs Wirtschaftspsychologie (B.Sc.) bildete die Ausgangsbasis für einen weiteren Ausbau des Studienangebots sowie der Forschung und Lehre im Bereich der Natur-, Sozial- und Geisteswissenschaften. Diese fachliche Erweiterung wurde mit Aufnahme der Studiengänge Psychologie (B.Sc.) und Soziale Arbeit (B.A.) im Jahr 2019 konsequent fortgeführt. Der Studiengang Wirtschaftspsychologie (B.Sc.) stellt ein Bindeglied zwischen den wirtschaftswissenschaftlichen und den psychologisch-sozialwissenschaftlichen Studiengängen dar.

Alle Studiengänge sind modular aufgebaut und setzen sich aus fach- und wirtschaftswissenschaftlichen Modulen sowie überfachlichen Modulen zusammen. Da die Betriebswirtschaftslehre in allen vorliegenden Studiengängen verankert und der Erwerb von überfachlichen Kompetenzen für alle Studiengänge elementar ist, definiert die Hochschule einen Kanon von Verbundmodulen, die in nahezu allen genannten Studiengängen Bestandteil des Pflichtcurriculums sind. Mit den Verbundmodulen soll erreicht werden, dass alle Studierenden ein für den späteren spezialisierten Studienverlauf benötigtes Grundverständnis der betriebswirtschaftlichen Fachterminologie und der ökonomischen Zusammenhänge erlangen. Dazu gehört der Erwerb von Basiswissen der Betriebs- und Volkswirtschaftslehre, des Wirtschaftsrechts sowie wissenschaftsmethodische und überfachliche Fertigkeiten. Darüber hinaus erfahren die Studierenden eine Persönlichkeitsbildung, die auch die Befähigung zur verantwortungsbewussten Mitgestaltung von gesellschaftlichen Prozessen im demokratischen Gemeinsinn umfasst.

Die Studiengänge richten sich primär an Interessenten, die ihre schulische Ausbildung mit einer Hochschulreife abgeschlossen, bisher noch keine erste berufsschulische Ausbildung absolviert haben und sich durch eine wissenschaftlich-akademische Erstausbildung für Fach- und Führungsaufgaben in der jeweiligen Branche qualifizieren möchten. Darüber hinaus bilden die Zielgruppe auch Interessenten, die eine erste berufliche Ausbildung im kaufmännischen Bereich abgeschlossen haben und sich nun durch Absolvierung eines Bachelorstudiums beruflich weiterentwickeln möchten.

Die Studiengänge werden in zwei Varianten angeboten, einmal in sechs Semestern mit 180 ECTS-Leistungspunkten, oder, unter Hinzunahme eines verpflichtenden Praxissemesters, mit 210 ECTS-Leistungspunkten über sieben Semester. Die HSF HD reagiert, nach eigener Darstellung, auf die Anforderungen des Arbeitsmarktes und die Wünsche der Studierenden, die zunehmend längere Praxisphasen während des Studiums fordern. Zudem will sie auf diese Weise auch ihrem Anspruch, eine praxisnahe, berufsanwendungsbezogene Lehre zu bieten, verstärkt gerecht werden.

Die Lehrmethoden werden zukünftig durch eine anteilige Digitalisierung von Lehr- und Lernprozessen ergänzt, indem einerseits, wo es sinnvoll erscheint, klassische Präsenzveranstaltungen mit digitalen Elementen, die das Selbststudium der Studierenden flexibilisieren und optimieren sollen, angereichert werden. Andererseits werden ausgewählte Module im Hinblick auf ihre Lehr- und Lernprozesse vollständig digitalisiert. Hierbei findet durch regelmäßige integrierte studycamps und Webinare in synchroner Kontaktzeit ein Austausch zwischen Professorinnen oder Professoren und Studierenden statt.

Studiengang 01: Betriebswirtschaftslehre (B.A.)

Der Studiengang Betriebswirtschaftslehre (B.A.) hat das Ziel, grundlegende betriebswirtschaftliche Kenntnisse und Kompetenzen zu vermitteln. Die Studierenden werden insbesondere befähigt, prozessuale Abläufe in Unternehmen zu erkennen, zu analysieren und abzubilden. So soll die Ausbildung der Studierenden zu professionellen Generalisten erreicht werden und auf eine eigenverantwortliche Tätigkeit als Fach- und Führungskraft in unterschiedlichen Bereichen des Wirtschaftslebens vorbereiten. Dies soll unter anderem durch spezielle funktionsorientierte Wahlpflichtschwerpunktprofile gewährleistet werden, wie z. B. Marketing-Management, Finance und Controlling, International Management oder Wertschöpfungsmanagement.

Studiengang 02: Immobilienwirtschaft (B.A.)

Ziel des Studiengangs Immobilienwirtschaft (B.A.) ist es, grundlegende betriebswirtschaftliche Kenntnisse und Kompetenzen zu vermitteln und diese, im Sinne einer fachlichen Erweiterung und Vertiefung, auf den Bereich des Immobiliensektors zu transferieren. Der Fokus liegt insbesondere auf der Befähigung, betriebswirtschaftliche Methoden des Rechnungswesens, der Finanzierungs- und Investitionsrechnung sowie des Personalmanagements zur Analyse unternehmerischer Entwicklungen im Immobiliensektor anzuwenden. Durch die Wahl von zwei Wahlpflichtschwerpunkten, z. B. Immobilienmarketing und Projektentwicklung in der Immobilienwirtschaft und einem Wahlpflichtmodul, bietet das Studium Möglichkeiten der fachlichen Spezialisierung. So soll die Ausbildung der Studierenden zu Nachwuchsführungskräften für spätere Managementpositionen in Immobilienunternehmen erfolgen, aber auch zum beruflichen Einsatz in der Immobilienverwaltung, -vermarktung, -bewirtschaftung, -entwicklung und -finanzierung führen. Der Studiengang bereitet auf eine selbständige und beratende Tätigkeit vor und qualifiziert die Absolventinnen und Absolventen darüber hinaus zur Aufnahme eines anschließenden Masterstudiengangs.

Studiengang 03: Sportmanagement (B.A.)

Der Fokus im Studiengang Sportmanagement (B.A.) liegt auf der fachlichen Erweiterung und Vertiefung grundlegender betriebswirtschaftlicher Kenntnisse und Kompetenzen, bezogen auf den Bereich des Sports. Die Studierenden werden insbesondere befähigt, betriebswirtschaftliche Methoden der Organisation, des Rechnungswesens, der Finanzierungs- und Investitionsrechnung sowie des Marketings und Vertriebs zur Analyse unternehmerischer Entwicklungen im Sportsektor anzuwenden, und erwerben Kenntnisse in den Bereichen Sportmedien, Sportrecht und Sportsoziologie. Mit der Wahl von zwei Pflichtschwerpunkten wie z.B. Sportmarketing und Sportmedien und Digitalisierung und einem weiteren Wahlpflichtmodul wird den Studierenden eine fachliche Spezialisierung ermöglicht. Nach Studienabschluss verfügen die Absolventinnen und Absolventen über Kenntnisse der ökonomischen Wechselwirkungen zwischen Sport, Medien und Unternehmen. Der Studiengang bereitet die Studierenden auf den beruflichen Einstieg in Unternehmen vor, die Sportartikel entwickeln und/oder produzieren, in Sportvereinen, Veranstaltern von Sportevents, Verbänden oder deren Kunden in Form von Sponsoren und Medienunternehmen sowie bei Dienstleistern im Sportsektor.

Studiengang 04: Medienmanagement und Digitales Marketing (B.A.)

Profilbildend im Studiengang Medienmanagement und Digitales Marketing (B.A.) ist die Vermittlung grundlegender Kenntnisse und Kompetenzen des Medienmanagements sowie des digitalen Marketings. Die Studierenden erlernen prozessuale Abläufe in Medienunternehmen mitzugestalten und erhalten eine spezifische Ausbildung im digitalen Marketing und dem Social-Media-Management. Eine fachliche Spezialisierung wird durch die Wahl von zwei Wahlpflichtschwerpunkten geboten, die z.B. aus den Themen Film- und Videoproduktion, Digital und Social-Media-Management, Eventmanagement sowie Unternehmenskommunikation und Agenturmanagement bestehen. Ein weiteres Wahlpflichtmodul ergänzt die individuelle Schwerpunktbildung. Damit sollen die Studierenden auf Fach- und Führungsaufgaben in Medienunternehmen oder für das Medienmanagement in Unternehmen verschiedenster Branchen vorbereitet werden.

Studiengang 05: Wirtschaftspsychologie (B.Sc.)

Der Studiengang Wirtschaftspsychologie (B.Sc.) verfolgt das Ziel, grundlegende und interdisziplinäre Kenntnisse und Kompetenzen in den Fachdisziplinen Betriebswirtschaftslehre und Psychologie zu vermitteln. Die inhaltliche Ausgestaltung des Studiengangs richtet sich nach den Vorgaben des Berufsverbandes Deutscher Psychologen (BDP). Die Studierenden werden dazu qualifiziert, grundlegende psychologische Konzepte über das Erleben und Verhalten des Menschen auf konkrete Fragestellungen im betriebswirtschaftlichen Kontext anzuwenden. Sie erwerben Grundkenntnisse in allen relevanten Bereichen der Psychologie wie der Allgemeinen Psychologie, der Persönlichkeits- und Differenziellen Psychologie, der Sozial-, Entwicklungspsychologie und der Biologischen und Klinischen Psychologie im Arbeitsleben. Im Rahmen der Wahlpflichtschwerpunkte erfolgt eine Spezialisierung in einer oder zwei der folgenden wirtschaftspsychologischen Teildisziplinen: Personal-, Arbeits-, Organisations- sowie Markt-, Werbe- und Medienpsychologie. Damit sollen die Studierenden für Tätigkeiten als Fach- und Führungskräfte in den Bereichen Human Resources sowie Marketing und Marktforschung von Unternehmen, in Marktforschungs- und Werbeagenturen, in Personal-, Medien- oder Unternehmensberatungen, als Coach oder Organisationsentwickler/-in qualifiziert werden.

Zusammenfassende Qualitätsbewertung des Gutachtergremiums

Für alle Studiengänge

Der Gesamteindruck des Gutachtergremiums hinsichtlich der Bachelorstudiengänge ist durchweg positiv. Die Hochschule hat die Studiengänge seit der letzten Akkreditierung weiterentwickelt. Die vorgenommenen Veränderungen tragen zur Schärfung des jeweiligen Profils bei, vertiefen die inhaltliche Verknüpfung und vermeiden Redundanzen. Manche Wahlpflichtschwerpunkte wurden umgestaltet. Durch die teilweise noch geringe Studierendenzahl einzelner Kohorten, ist allerdings nicht immer gewährleistet, dass alle Wahloptionen umgesetzt werden können. Positiv aufgefallen sind die übergreifenden Module zur Nachhaltigkeit und zu überfachlichen Qualifikationen, die sich durch das gesamte Curriculum ziehen und aktuelle Themen in die Studiengänge integrieren. Zusätzliche Unterstützung im Rahmen des Selbststudiums und neue Formate der Online-Lehre fördern die Studierbarkeit. In den Gesprächen vor Ort konnte sich das Gutachtergremium einen vertieften Eindruck über die vermittelten Inhalte und Qualifikationsziele verschaffen. Konzeption und Strukturierung sind nachvollziehbar und gut aufeinander abgestimmt, so dass sie dem angestrebten Bachelorniveau entsprechen. Nach Ansicht des Gutachtergremiums erhalten die Studierenden mit dem Abschluss der Studiengänge ausreichende Qualifikationen, um einer qualifizierten Erwerbstätigkeit nachgehen zu können.

1 Prüfbericht: Erfüllung der formalen Kriterien

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

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

Sachstand/Bewertung

Die Bachelorstudiengänge Betriebswirtschaftslehre (BWL), Immobilienwirtschaft (IW), Sportmanagement (SPM), Medienmanagement und Digitales Marketing (MMDM) und Wirtschaftspsychologie (WP) sind grundständige, berufsqualifizierende Vollzeitstudiengänge mit einer Regelstudienzeit von jeweils sechs Semestern im Umfang von 180 ECTS-Leistungspunkten ohne Praxissemester, bzw. mit einer Regelstudienzeit von jeweils sieben Semestern im Umfang von 210 ECTS-Leistungspunkten mit Praxissemester.

Entscheidungsvorschlag

Kriterium ist erfüllt.

Studiengangsprofile ([§ 4 StAkkVO](#))

Sachstand/Bewertung

Mit der Abschlussarbeit, die im sechsten Semester im 180 ECTS-Leistungspunkte-Programm, bzw. im siebten Semester im 210 ECTS-Leistungspunkte-Programm anzufertigen ist und mit 12 ECTS-Leistungspunkten kreditiert wird, sollen die Studierenden zeigen, dass sie in der Lage sind, innerhalb einer vorgegebenen Frist von acht Wochen, eine konkrete Fragestellung aus ihrem jeweiligen Studiengang nach wissenschaftlichen Methoden selbstständig und zielgerichtet zu bearbeiten. In einem 15 bis 20 minütigen Kolloquium sollen die Studierenden nachweisen, dass sie ein Forschungsvorhaben auf eindeutige Art und Weise präsentieren können und in der Lage sind, sich auf wissenschaftlichem Niveau mit den Prüfenden fachlich auszutauschen. Die wesentlichen Regelungen sind in den §§ 2,4,11 Abs.13,14 Allgemeiner Teil der Prüfungsordnung aller Studiengänge an der Hochschule (PO-AT) i.V. mit § 16 und § 17 des Besonderen Teils der Prüfungsordnung für alle vorliegenden Bachelorstudiengänge (PO-BT) dokumentiert.

Entscheidungsvorschlag

Kriterium ist erfüllt.

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

Sachstand/Bewertung

Nach Maßgabe des § 58 Abs.1 Landeshochschulgesetz Baden-Württemberg (LHG BW) werden die Zugangsvoraussetzungen für die Studiengänge BWL, IW, SPM, MMDM und WP in den

§§ 1,3 der Allgemeinen Zulassungsbestimmungen (AZB) und in § 5 PO-AT der Hochschule geregelt.

Danach wird die Zulassung erreicht durch:

- eine allgemeine Hochschulreife,
- eine fachgebundene Hochschulreife,
- eine Fachhochschulreife,
- eine anerkannte berufliche Aufstiegsfortbildungsprüfung und eine Eignungsprüfung
- eine berufliche Qualifikation und eine Eignungsprüfung,
- ein erfolgreich abgeschlossenes grundständiges Hochschulstudium oder
- ein erfolgreiches Studium (mindestens einjährig) an einer Hochschule für Angewandte Wissenschaften eines anderen Bundeslandes in einem dem angestrebten Studiengang und ggf. dem Studienschwerpunkt fachlichen entsprechenden Studiengang.

Darüber hinaus nehmen Bewerber eines Bachelorstudiengangs gem. § 2 Abs. 2 AZB an einem Aufnahmeverfahren teil. Dieser Prozess kann ggf. auch digital erfolgen und besteht u. a. aus einem Bewerbungsgespräch zu Überlegungen zum Studium und Studiengang, Überlegungen zur eigenen Person, zur Leistungsbereitschaft und Eigeninitiative sowie zur Teamfähigkeit.

Übersteigt die Zahl der zulässigen Bewerbungen die zur Verfügung stehenden Studienplätze, erfolgt die Zulassung über eine Rangfolge. Die Einordnung in die Rangliste erfolgt für alle Studienbewerber, die die Zulassungsbedingungen erfüllen, nach dem Eingangsdatum der schriftlichen Bewerbung.

Die Bewerbungsformulare stehen online auf der Homepage der Hochschule zur Verfügung.

Entscheidungsvorschlag

Kriterium ist erfüllt.

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

Sachstand/Bewertung

Studiengänge BWL, IW, SPM, MMDM

Die Abschlussbezeichnung der Studiengänge BWL, IW, SPM und MMDM lautet Bachelor of Arts (B.A.). Sie wird von der Hochschule mit der generellen wirtschaftswissenschaftlichen inhaltlichen Ausrichtung und der Zusammensetzung des Curriculums begründet.

Studiengang WP

Die Abschlussbezeichnung des Studiengangs WP lautet Bachelor of Science (B.Sc.). Die Hochschule gibt an, dass überwiegend empirische Forschungsmethoden vermittelt werden, um psychologische und wirtschaftspsychologische Theorien und Modelle zu überprüfen, weshalb

sie die Abschlussbezeichnung vor allem aufgrund dieser inhaltlichen Ausrichtung des Studiengangs gewählt hat.

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

Entscheidungsvorschlag

Kriterium ist erfüllt.

Modularisierung ([§ 7 StAkrVO](#))

Sachstand/Bewertung

Die Bachelorstudiengänge sind vollständig modularisiert und mit einem Leistungspunktesystem versehen. Jedes Modul wird innerhalb eines Semesters abgeschlossen.

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

Entscheidungsvorschlag

Kriterium ist erfüllt.

Leistungspunktesystem ([§ 8 StAkrVO](#))

Sachstand/Bewertung

Die Bachelorstudiengänge umfassen grundsätzlich 180 ECTS-Leistungspunkte, sofern noch ein Praxissemester integriert wird, werden 210 ECTS-Leistungspunkte vergeben, wobei jedem ECTS-Leistungspunkt eine Arbeitsbelastung von 25 Stunden zugeordnet ist. Der Bearbeitungsumfang der Abschlussarbeit beträgt 12 ECTS-Leistungspunkte bei einer Bearbeitungszeit von acht Wochen. Das Kolloquium wird mit 3 ECTS-Leistungspunkten bewertet, § 17 Abs. 2 PO-BT, mit Ausnahme des Studiengangs WP. Dort ist kein Kolloquium vorgesehen, weil sich die Studierenden im Modul „Forschungsmethoden II“ im 6. Semester aktiv auf die Anfertigung der Bachelorarbeit vorbereiten und ihre Kenntnisse und Fähigkeiten im wissenschaftlichen Arbeiten vertiefen.

Studiengänge BWL, IW, SPM, MMDM

Für diese Studiengänge erfolgt in der Variante 180 ECTS-Leistungspunkte eine gleichmäßige Verteilung von 30 ECTS-Leistungspunkten pro Semester. Wird die Variante inklusive eines Praxissemesters gewählt, wird das im Übergang vom sechsten zum siebten Semester zu absolvierende Pflichtpraktikum mit 30 ECTS-Leistungspunkten im siebten Semester veranschlagt. Der zugrundeliegende Workload dieser beiden Semester verteilt sich in der Praxis dennoch gleichmäßig, da die Studierenden sowohl im sechsten als auch im siebten Semester außerhalb des Praktikums noch weitere 15 ECTS-Leistungspunkte erwerben.

Studiengang WP

Der Studiengang WP weicht von der grundsätzlichen Verteilung von 30 ECTS-Leistungspunkten in den Semestern drei bis fünf ab. Dies begründet die Hochschule zum einen mit den Vorgaben für die fachlich-inhaltlichen Mindestumfänge der Gesellschaft für angewandte Wirtschaftspsychologie (GWPs) und zum anderen mit der infolgedessen notwendigen Umstellung der Abfolge der Module. Obwohl dadurch die gleichmäßige Verteilung von ECTS-Leistungspunkten nicht in jedem Semester eingehalten werden kann, wird, lt. Selbstbericht, dennoch darauf geachtet, insbesondere in den ersten beiden Semestern sowie im Abschlusssemester, keinen erhöhten Workload vorzusehen. Wird die Variante inklusive eines Praxissemesters gewählt, wird das im Übergang vom sechsten zum siebten Semester zu absolvierende Pflichtpraktikum mit 30 ECTS-Leistungspunkten im siebten Semester veranschlagt. Der zugrundeliegende Workload dieser beiden Semester verteilt sich in der Praxis weitestgehend gleichmäßig, da die Studierenden im sechsten und siebten Semester außerhalb des Praktikums noch 18 bzw. 12 ECTS-Leistungspunkte erwerben.

Entscheidungsvorschlag

Kriterium ist erfüllt.

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

Sachstand/Bewertung

Die Anerkennung von an anderen nationalen oder internationalen Hochschulen erbrachten Studien- und Prüfungsleistungen ist in § 12 Abs. 1 PO-AT i. V. mit § 5 Abs. 3,4 PO-BT geregelt. Die Anrechnung außerhochschulisch im Inland oder im Ausland erworbener Leistungen wird in § 12 Abs. 2 PO-AT i. V. mit § 5 Abs. 1,2 PO-BT beschrieben.

Entscheidungsvorschlag

Kriterium ist erfüllt.

2 Gutachten: Erfüllung der fachlich-inhaltlichen Kriterien

2.1 Schwerpunkte der Bewertung / Fokus der Qualitätsentwicklung

Seit dem Jahr 2017 agiert die HSF HD im Verbund und unter dem Markendach der Hochschule Fresenius. In diesem Kontext folgt sie den organisatorischen Strukturen der Hochschule Fresenius. Gleichnamige Studiengänge sind in der Regel an allen Standorten mit identischen Qualifikationszielen akkreditiert, um den Studierenden einen problemlosen Standortwechsel innerhalb des Hochschulverbunds zu ermöglichen. Sie werden jedoch nicht im Rahmen eines Franchise-Modells mit der Hochschule Fresenius durchgeführt. Die vorliegenden Studiengänge werden vollständig von der HSF HD unter ihrer eigenständigen Hochschulzulassung in Baden-Württemberg verantwortet. Die Verleihung des Studienabschlusses erfolgt ebenfalls durch die HSF HD. Die gleichlautenden Studiengänge an der Hochschule Fresenius wurden im Frühjahr 2020 im Rahmen einer Systemakkreditierung re-akkreditiert. In diesen Prozess war die HSF HD eingebunden, weshalb sie ihre gleichnamigen Studienprogramme ebenfalls einer fachlich-inhaltlichen Aktualisierung unterziehen und didaktische Neuerungen und strukturelle Verbesserungen im Sinne einer inhaltlichen und strukturellen Vergleichbarkeit umsetzen möchte und sich deshalb für eine vorzeitige Re-Akkreditierung entschieden hat.

Studiengangsübergreifende Anpassungen und Veränderungen

Die Entwicklung der Bachelorstudiengänge seit Studienstart führte im Rahmen der Qualitätsentwicklung zu nachfolgenden Änderungen in der Struktur und im Curriculum:

Die bisher vorgesehene verpflichtende Praxisphase von 20 Werktagen erwies sich als zu kurz, um einerseits überhaupt einen Platz zu erhalten und andererseits, um Erlerntes sinnvoll umzusetzen. Deshalb wurde für jeden Studiengang eine Variante mit 210 ECTS-Leistungspunkten mit einer verpflichtenden Praxisphase im Umfang von mindestens 95 Tagen im Übergang vom sechsten ins siebte Semester entwickelt. Die Studierenden können noch im Verlauf des sechsten Semesters einen Wechsel vollziehen. Infolgedessen ist das Pflichtpraktikum in der Variante mit sechs Semestern entfallen.

Die Reduzierung von 20 auf 15 ECTS-Leistungspunkte im Rahmen der Wahlpflichtschwerpunkte basiert u. a. darauf, dass von Studierenden wiederholt Dopplungen zu den Pflichtmodulen rückgemeldet wurden. Der durch die Beseitigung von Redundanzen gewonnene zeitliche Spielraum wurde insbesondere für die Integration eines Wahlpflichtmoduls im sechsten Semester im Umfang von 5 ECTS-Leistungspunkten genutzt.

Die bisherigen englischsprachigen Module monierten die Studierenden häufig als zu wenig fachinhaltsvermittelnd. Aus diesem Grund wurden zwei englischsprachige Module integriert, eines zur Auffrischung und Festigung der englischen Sprachkenntnisse (B-BS-1) „Business Communication“, das andere zur Vermittlung von Managementkenntnissen in englischer Sprache (B-GV-11) „International and Intercultural Management“.

Auf Basis von Evaluationen zum studentischen Workload wurde die Ausgestaltung des Selbststudiums angepasst, weshalb das angeleitete Selbststudium mittels aktiver Unterstützung der Lehrenden gestärkt wurde. Dieses betrifft insbesondere die Module „Wirtschaftsmathematik“, „Statistische Methoden“, „Grundzüge der Volkswirtschaftslehre“ und „Rechnungswesen“. In diesen Modulen wurden zudem verpflichtende Lernfortschrittskontrollen eingeführt, welche bestanden sein müssen, um sich zur Prüfung anmelden zu können. Dadurch sollen die Studierenden angeregt werden, sich frühzeitig mit den jeweils aktuellen Fachinhalten zu beschäftigen und ein nachhaltiges Lernen zu erreichen.

In einigen Verbundmodulen hat die Hochschule inhaltliche Änderungen vorgenommen.

Das Modul (B-GV-3) „Projektmanagement und Präsentationstechniken“ ersetzt das Modul „Gesprächs- und Methodenkompetenz“, da die Kenntnisse des Projektmanagements zentral für Studium und Berufsleben sind.

Der Auswertung von Daten wird eine immer zentralere Kompetenz im Berufsleben zugeschrieben, weshalb das Modul (B-GV-12) „Data Science und Data Analytics“ neu integriert wurde.

Die Veränderungsprozesse aufgrund fortschreitender Digitalisierung auf verschiedensten Ebenen werden im neuen Modul (B-GV-14) „Digitale Transformation“ thematisiert.

Das Praxisprojekt verschiebt sich zukünftig innerhalb des Studienverlaufs. Die Platzierung im dritten Fachsemester erwies sich als zu früh, weshalb das Modul ins fünfte Fachsemester verlegt wurde. Den Wahlpflichtschwerpunkt im vierten Fachsemester haben die Studierenden dann bereits belegt und besitzen umfassenderes Fachwissen.

Betriebswirtschaftslehre (B.A.)

Der Bachelorstudiengang wurde für fünf Jahre vom Wintersemester 2016/17 bis zum Ende des Sommersemesters 2022 ohne Auflagen und Empfehlungen akkreditiert. Die Hochschule hat im Akkreditierungszeitraum strukturelle Änderungen vorgenommen.

Die Module „Einführung in die Volkswirtschaftslehre“ und „Volkswirtschaftliche Erklärungsmodelle“ wurden zum einen wegen Dopplungen, zum anderen wegen inhaltlicher Überladung mit Mikro- und Makroökonomie in einem Modul, gestrichen. Stattdessen wurden die Module (B-BW-3) „Anwendungsorientierte Mikroökonomie“ und (B-BW-7) „Anwendungsorientierte Makroökonomie“ eingeführt.

Das Modul (B-BW-9) „Strategieorientierte Organisationsgestaltung und -entwicklung“ wurde neu konzipiert und in den Verlaufsplan integriert, um die strategische Perspektive im Rahmen der Organisationsentwicklung zu berücksichtigen.

Das ursprüngliche Modul „Gründungsmanagement und betriebswirtschaftliche Simulation“ wurde im Hinblick auf das Teilmodul „Gründungsplanung“ unter Berücksichtigung digitaler Aspekte bei der Gründungsplanung und der Innovationstätigkeit von Unternehmen unter dem Titel (B-BW-10) „Digital Entrepreneurship und Innovationen“ weiterentwickelt. Das ursprüngliche Teilmodul (B-BW-13) „Business-Planspiel“ wurde als eigenständiges Modul in den Studienverlaufsplan aufgenommen.

Im Wahlpflichtschwerpunktmodul (B-BW-SP-3) „International Management“ fand eine Umstellung der Unterrichtssprache auf verpflichtendes Englisch statt.

Es zeigte sich, dass die zur Anfertigung der Bachelorarbeit erforderlichen Kenntnisse empirischer Forschungsmethoden zu gering waren. Um die Kenntnisse der Studierenden in diesem Bereich zu stärken, wurde das Modul (B-BW-8) „Empirische Forschungsmethoden“ neu in den Studienverlaufsplan integriert.

Immobilienwirtschaft (B.A.)

Der Bachelorstudiengang wurde für fünf Jahre vom Wintersemester 2018/19 bis zum Ende des Sommersemesters 2023 unter einer Auflage akkreditiert. Die Auflage wurde fristgerecht erfüllt.

Der Empfehlung im fachspezifischen Modul (B-IW-7) „Unternehmens- und Personalführung“ die immobilienwirtschaftlichen Inhalte stärker auf das Studienziel auszurichten und die immobilienwirtschaftlichen Aspekte zu schärfen, begegnet die Hochschule insofern, als sie ausführt, dass im Rahmen der Bearbeitung von Fallbeispielen aus Immobilienunternehmen die spezifischen immobilienwirtschaftlichen Aspekte behandelt werden.

Aufgrund von Expertenbefragungen der Immobilienwirtschaft hat die Hochschule die zwei zentralen Themen „Projektentwicklung“ und „Immobilienmarketing“ als Schwerpunkte gewählt. Die von den Gutachtern empfohlene Aufnahme der Themen Immobilienmärkte, -marktanalyse und -standortanalyse sind, laut Hochschule, in zahlreichen Teilaspekten der bestehenden Schwerpunktmodule bereits verankert, so exemplarisch u.a. im Modul „Einführung in die Projektentwicklung“ das Thema ‚Volkswirtschaftliche Kennzahlen von Immobilien-Projektentwicklungen‘, oder im Modul „Einführung in das Immobilienmarketing“ das Thema ‚Entwicklung des Marketings der Immobilienbranche‘.

Einige Module hat die Hochschule im Akkreditierungszeitraum verändert, umbenannt oder aus dem Fächerkanon herausgenommen.

Die Umbenennung des Moduls „Immobilienwirtschaft im Lebenszyklus“ zu (B-IW-2) „Immobilienlebenszyklus und Facility Management“ ist auf die Erweiterung des Aspekts des Facility Ma-

nagements zurückzuführen. Im Ausgleich wurde die Einführung in die Architekturgeschichte gestrichen.

Die Entfernung des Begriffs ‚Ethik‘ aus dem Titel des Moduls (B-IW-7) „Nachhaltigkeit in der Immobilienwirtschaft“ ist u. a. auf die Aufnahme der RICS- und BVFI-Standards zurückzuführen. Das Modul (B-IW-4) „Immobilienrecht und Immobilienverwaltung“ wurde durch das Thema Immobilienverwaltung erweitert.

In das Modul (B-IW-5) „Corporate Finance in der Immobilienwirtschaft“ wurden die Themen Immobiliencontrolling, Analyse von Jahresabschlüssen und Beteiligungsstrukturen sowie computerbasierte Bewertungsverfahren aufgenommen.

Das Modul (B-IW-8) „Innovation und Trends in der Immobilienwirtschaft“ ersetzt das Modul „Interdisziplinäre Erklärungsmodelle“, indem es aktuelle Entwicklungen der digitalen Transformation in der Immobilienwirtschaft aufnimmt.

Der Wahlpflichtschwerpunkt (B-IW-SP-1) „Immobilienmarketing“ wurde vollständig hinsichtlich der fachlich-inhaltlichen Ausgestaltung, insbesondere bzgl. der Aspekte Strategisches Marketing, Zielplanung, Markt- und Kundensegmentierung überarbeitet.

Aus Gesprächen mit Studierenden hat sich ergeben, dass das Modul „Analysis, lineare Algebra und Finanzmathematik“ als für den Studiengang nicht relevant eingestuft und deshalb gestrichen wurde. Die Hochschule führt aus, dass finanzmathematische Inhalte in anderen Modulen enthalten sind. Stattdessen wurde das Modul (B-IW-9) „Stadtentwicklung“ als neues fachspezifisches Modul in den Studienverlaufsplan aufgenommen.

Sportmanagement (B.A.)

Der Bachelorstudiengang wurde für fünf Jahre vom 01. September 2017 bis zum Ende des Sommersemesters 2022 unter fünf Auflagen akkreditiert. Alle Auflagen wurden fristgerecht erfüllt. Empfehlungen wurden nicht ausgesprochen.

Das Modul „Sportmedien“ wurde durch das Modul (B-SPM-4) „Sportmedien und Sportrecht“ ersetzt und verstärkt auf den Bereich des Medien- und Kommunikationsmanagements ausgerichtet.

Die inhaltlichen Aspekte des Teilmoduls „Führung und Organisation in Institutionen des Sports“ werden durch das neue eigenständige Modul (B-SPM-5) „Organisation des Sports“ aufgewertet. Es erfolgen eine Stärkung des Themas Verbands- und Vereinsstrukturen sowie die Einführung des Aspektes Network-Management und Wertschöpfung im Sport.

Das neue Fachmodul (B-SPM-7) „Entwicklung und Führung im Sport“ wurde integriert, um den Aspekt der Führung im Sport stärker hervorzuheben.

Ebenfalls neu ist das Modul (B-SPM-6) „Anwendungsbezogene Finanzwirtschaft des Sports“, dass das bisherige Verbundmodul „Finanzwirtschaft, Rechnungslegung und Controlling“ ersetzt und das Thema Finanzwirtschaft fachspezifischer als bisher vermittelt.

Das ursprüngliche Modul „Gründungsmanagement und betriebswirtschaftliche Simulation“ wurde im Hinblick auf das Teilmodul „Gründungsplanung“ unter Berücksichtigung digitaler Aspekte, wie bereits im Studiengang Betriebswirtschaftslehre, bei der Gründungsplanung und der Innovationstätigkeit von Unternehmen unter dem Titel (B-BW-10) „Digital Entrepreneurship und Innovationen“ weiterentwickelt. Das Teilmodul (B-BW-13) „Business-Planspiel“ wurde als eigenständiges Modul in den Studienverlaufsplan aufgenommen.

Das Modul (B-BW-1) „Marketing und Marktforschung“ löst das Modul „Marketing und Eventmanagement“ ab, um dadurch die Marktforschung mit in den Studiengang aufzunehmen. Es legt die allgemeinen Grundlagen für den Wahlpflichtschwerpunkt (B-SPM-SP-1) „Sportmarketing“. Darin werden die Module „Marketingmanagement im Sport“ und „Angewandtes Sportmarketing“ zum Modul „Marketing im Sport: Management und Cases“ zusammengeführt. Der Fokus liegt auf der praxisorientierten Vermittlung von Kenntnissen des Einsatzes von Marketinginstrumenten im Sport.

Die inhaltliche Ausgestaltung des bisherigen Wahlpflichtschwerpunktes stellte sich im Studienverlauf als nicht ganz passgenau hinsichtlich des früheren Qualifikationsprofils des Studiengangs heraus. Daher wurde der Schwerpunkt (B-SPM-SP-2) „Sportmedien und Digitalisierung“ umgestaltet und der Aspekt der Digitalisierung im Bereich der Sportmedien mit aufgenommen, auch, um eine bessere Employability der Studierenden zu erreichen.

Medienmanagement und Digitales Marketing (B.A.) (vormals Medien- und Kommunikationsmanagement)

Der Bachelorstudiengang wurde für fünf Jahre vom 01. September 2017 bis zum Ende des Sommersemesters 2022 unter drei Auflagen akkreditiert. Die Auflagen wurden fristgerecht erfüllt. Es wurden keine Empfehlungen ausgesprochen.

Die Stärkung der Digitalisierung im Medien- und Marketingbereich begründet die Umbenennung des Studiengangs. Daraus folgt auch eine Neukonzeption zahlreicher Module.

Das Modul (B-MMDM-3) „Strategisches Medienmanagement“ wurde neu in den Studienverlaufsplan aufgenommen. Die bisherige Aufteilung der Medienwirtschaft in klassische medienbasierte Teilgebiete und in die Entwicklungen im Bereich Neue Medien/Internet/Digitalisierung wurde aufgelöst und zusammengeführt. Auch die Module (B-MS-2) „Social-Media- und Content-Marketing“, (B-MMDM-6) „Case Study: Angewandtes Digitales Marketing“ und (B-MMDM-6) „Digitales Produktmanagement“, sind neu im Studienverlaufsplan verankert, um die digitale Ausrichtung des Studiengangs stärker abzubilden. Eine Umbenennung und inhaltliche Anpassung an die durch Digitalisierungsprozesse entstandenen Neuerungen erfolgte im Modul (B-MS-3) „Digitales Recht“.

Im Modul (B-MMDM-2) „Medien- und Kommunikationspsychologie“ fand eine Erweiterung um Kommunikationspsychologie statt, um eine vielfach von Unternehmen geforderte Schlüsselqualifikation zu entwickeln.

(B-BW-8) „Empirische Forschungsmethoden“ wurden im Hinblick auf die Erstellung der Bachelorarbeit neu eingefügt.

Die Umbenennung der drei Wahlpflichtschwerpunkte hatte einerseits eine neue fachliche Ausrichtung zum Ziel, aber auch, den Fokus der inhaltlich thematischen Ausrichtung deutlicher widerzugeben. Der Wahlpflichtschwerpunkt (B-MMDM-SP-2) „Digitales und Social-Media-Management“ wurde neu eingeführt und ersetzt den Schwerpunkt „Online-Management“.

Wirtschaftspsychologie (B.Sc.)

Der Bachelorstudiengang wurde für fünf Jahre vom Wintersemester 2018/19 bis zum Ende des Sommersemesters 2023 unter einer Auflage akkreditiert, die fristgerecht erfüllt wurde.

Das Gutachtergremium sprach die Empfehlung aus, dass die Lernergebnisse stärker die vorhandenen Studiengangsziele widerspiegeln könnten, weshalb sie beispielsweise empfahlen, das Modul B-WP-12 „Wirtschaftsrecht für Psychologen“, das laut Modulbeschreibung keine psychologischen Aspekte enthält, deutlicher auf Themen des Wirtschaftsrechts aus (wirtschafts-)psychologischer Sicht auszurichten. Dazu führt die Hochschule aus, dass eine Vielzahl von wirtschaftspsychologischen Berufsbildern inhaltsnah in diesem Bereich verortet ist. Weiterhin operieren Wirtschaftspsychologen sowohl als externe als auch als interne Professionals in Unternehmensumfeldern (vom KMU bis Konzern), die die Grundkenntnisse des Wirtschaftsrechts im Kontext ihres Einsatzgebietes erfordern. Dies beinhaltet bspw. eine Vertiefung in den Bereichen Arbeits- und/oder Sozialversicherungsrecht. Aus diesem Grund wurde für den Studiengang ein eigenes Rechtsmodul entwickelt, das gezielt die rechtlichen Hintergründe für die Tätigkeit als Wirtschaftspsychologe liefert. Eine Bearbeitung der Themen des Moduls und der entsprechenden Fallbeispiele erfolgt dabei immer aus (wirtschafts-)psychologischer Sicht bzw. aus Sicht der zugehörigen Tätigkeitsfelder.

Im Rahmen der Reakkreditierung wurde der Anteil der psychologischen Module im Studienverlauf erheblich ausgeweitet, um den festgelegten Anforderungen des BDP und der GWPs gerecht zu werden. Dadurch sind bei einer Vielzahl der psychologischen Grundlagenmodule die ECTS-Leistungspunkte angehoben worden. Darüber hinaus wurde das Modul (B-WP-9) „Biologische Psychologie“ neu aufgenommen.

Die Module der statistischen Methodenlehre sind aus dem Verbund der Bachelorstudiengänge herausgelöst und wurden um sieben ECTS-Leistungspunkte erhöht. Das Verbundmodul „Data Science“ wurde neu integriert, ebenso wie die Module (B-GV-11) „International and Intercultural

Management“ sowie (B-GV-10) „Wirtschaftsethik und Nachhaltigkeit“ und (B-WP-11) „Kommunikationspsychologie“ als neues spezifisches Fachmodul.

Die Module „Analysis, lineare Algebra und Finanzmathematik“ sowie „Einführung in die Volkswirtschaftslehre“ wurden ersatzlos gestrichen.

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 MRVO)

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

a) Studiengangsübergreifende Aspekte

Mit den zu re-akkreditierenden Bachelorstudiengängen **Betriebswirtschaftslehre, Immobilienwirtschaft, Sportmanagement, Medienmanagement und Digitales Marketing** und **Wirtschaftspsychologie** möchte die Hochschule Absolventinnen und Absolventen zu Nachwuchsführungskräften für (Management-)Tätigkeiten in spezifischen Funktionen von Unternehmen, Organisationen und Verbänden ausbilden. Das Qualifikationsziel jedes einzelnen Studiengangs beinhaltet daher die Vermittlung grundlegender fachbezogener wirtschaftlicher und wissenschaftsmethodischer Kompetenzen sowie Kompetenzen in der internationalen und interkulturellen Kommunikation und Zusammenarbeit, vertieft durch berufsfeldbezogene praktische Anwendung.

Die erworbenen Fertigkeiten im Bereich des wissenschaftlichen Arbeitens sollen die Absolventinnen und Absolventen befähigen, sich unter Anwendung erprobter und wissenschaftlich fundierter Methoden neues Wissen selbstständig anzueignen. Die so gewonnenen Erkenntnisse können sie mittels geeigneter Präsentationstechniken, ggf. auch in englischer Sprache, darlegen. Sie verfügen über ein geschultes analytisches Denken und Urteilsvermögen.

Durch die Auswahl von zwei Wahlpflichtschwerpunkten und einem Wahlpflichtmodul setzen die Studierenden fachliche Schwerpunkte und können somit ihr Kompetenzprofil auf ihre zukünftigen Berufswünsche ausrichten. Die Berufsbefähigung wird in der Studienvariante mit integriertem Praxissemester verstärkt, indem sich die Studierenden auf der Grundlage ihres erworbenen Wissens und ihrer fachlichen Kompetenzen in der Bewältigung praktischer Problemstellungen aus der Berufspraxis üben. Zugleich können sie im Zusammenspiel mit Projektpartnern soziale, kommunikative und moderative Fähigkeiten schulen.

Darüber hinaus tragen die Studiengänge gemäß den Angaben im Selbstbericht zur persönlichen Weiterentwicklung der Studierenden bei, indem sich diese im Diskurs mit allen studienrelevanten Gruppen kritisch-analytisch auseinandersetzen, ihre eigenen Standpunkte ent-

wickeln, sich aber auch mit anderen Meinungen sachlich argumentativ beschäftigen und diese bei ihren Entscheidungen berücksichtigen. Da das Lehr- und Lernkonzept regelmäßig Gruppenarbeiten vorsieht, werden Soft Skills in der Zusammenarbeit und der Auseinandersetzung mit der Gruppe weiterentwickelt, so dass sich die Studierenden der Verantwortung ihres Handelns innerhalb von Teams sowie gegenüber der Gesellschaft bewusst werden.

Mit der abschließenden Bachelorprüfung zeigen die Studierenden gemäß den Angaben im Selbstbericht die Befähigung zum kritischen Diskurs über ein eigenes studienfachbezogenes Forschungsvorhaben und zu dessen selbstständiger Bearbeitung nach wissenschaftlichen Methoden.

b) Studiengangsspezifische Bewertung

Studiengang 01: Betriebswirtschaftslehre (B.A.)

Sachstand

Aufbauend auf ihrem erlernten Verständnis für das Zusammenwirken einzelner Funktionsbereiche innerhalb einer Unternehmensorganisation, sollen die Studierenden unternehmerische Prozesse und Entscheidungen unter Einsatz von betriebswirtschaftlichen und wissenschaftlichen Methoden planen, umsetzen und kontrollieren können. Die Ergebnisse des unternehmerischen Controllings wissen sie zur Entwicklung von Strategien zur Aufrechterhaltung der unternehmerischen Wertschöpfung und der Entwicklung von neuen Geschäftsmodellen zu nutzen. Darüber hinaus sind die Absolventinnen und Absolventen in der Lage, das Markt- und Wettbewerbsumfeld von Unternehmen sowie den rechtlichen Rahmen zu beurteilen. Nicht zuletzt sollen sie befähigt werden, im Rahmen der Optimierung von Entscheidungs- und Wertschöpfungsprozessen durch die Digitalisierung bedingte Innovationen im Bereich der Kommunikation und der Produktion zu erkennen, diese kritisch zu evaluieren und gegebenenfalls deren Implementierung zu unterstützen.

Studiengang 02: Immobilienwirtschaft (B.A.)

Sachstand

Die Zielsetzung des Studiengangs richtet sich darauf, das Zusammenwirken einzelner Bereiche der Immobilienwirtschaft und innerhalb von Immobilienunternehmen zu erfassen und darüber hinaus insbesondere betriebswirtschaftliche Methoden auf die Immobilienbranche zu übertragen und so immobilienwirtschaftliche Projekte und Entscheidungen zu planen, umzusetzen und zu kontrollieren. Auf Basis der Ergebnisse des betriebswirtschaftlichen Controllings, sind die Absolventinnen und Absolventen in der Lage, die Entwicklung strategischer Managemententscheidungen und neuer Geschäftsmodelle zu unterstützen. Außerdem können sie neue

Entwicklungen in der Immobilienbranche analysieren, die aus gesellschaftlichen Veränderungen und der Digitalisierung resultieren. Die Studierenden sollen insbesondere darauf vorbereitet werden, bei der Analyse neuer Entwicklungen in der Immobilienbranche Aspekte der Nachhaltigkeit, der gesellschaftlichen Entwicklung und der Städteplanung zu berücksichtigen.

Studiengang 03: Sportmanagement (B.A.)

Sachstand

Die Absolventinnen und Absolventen werden gemäß den Angaben im Selbstbericht befähigt, die Besonderheiten von Sportmärkten zu verstehen und mit Hilfe betriebswirtschaftlicher und empirischer Methoden sportökonomische Problemstellungen zu analysieren. Darauf aufbauend können sie, auch innerhalb eines Teams, konkrete Lösungsansätze entwickeln. Sie sollen in der Lage sein, die gesellschaftliche Bedeutung des Sports sowie sportrechtlich relevante Sachverhalte zu erkennen und darzustellen. Sie werden befähigt, die Bedeutung von Medien und Kommunikation im Sport zu erfassen und Medienkonzepte im Bereich des Sports umzusetzen. Auf Basis grundlegender Kenntnisse der Anatomie, Physiologie und Bewegungslehre sind die Absolventinnen und Absolventen in der Lage, sportliche Trainingskonzepte zu differenzieren und zu organisieren.

Studiengang 04: Medienmanagement und Digitales Marketing (B.A.)

Sachstand

Ziel des Bachelorstudiengangs ist es, neben grundlegenden Fertigkeiten des Medienmanagements sowie von Marketing- und Kommunikationskonzepten auch wissenschaftsmethodische Fertigkeiten zu vermitteln. Die Studierenden sollen die Vor- und Nachteile unterschiedlicher Mediengattungen gegeneinander abwägen und auch die Potentiale der digitalen Transformation kritisch abschätzen können. Ihre Fähigkeit, sich analytisch mit neuen medialen Sachverhalten auseinanderzusetzen, dient zur Beurteilung von Strategien und Geschäftsmodellen von Medienunternehmen. Die Absolventinnen und Absolventen sollen insbesondere in der Lage sein, mit Hilfe medienwissenschaftlicher Methoden bei der Konzeption, Planung und Umsetzung von Marketing- und Kommunikationsstrategien mitzuwirken und den Erfolg derartiger Strategien mittels quantitativer und qualitativer Methoden zu bewerten. Die Studierenden sollen nicht zuletzt ein Verständnis für gesamtwirtschaftliche, branchenspezifische und rechtliche Einflussfaktoren auf die Entwicklung der Medien- und Digitalwirtschaft entwickeln.

Studiengang 05: Wirtschaftspsychologie (B.Sc.)

Sachstand

Dieser Bachelorstudiengang zielt auf die Vermittlung grundlegender psychologischer Konzepte über das Erleben und Verhalten von Menschen und deren berufsfeldbezogene Anwendung im

wirtschaftlichen Kontext. Mittels diagnostischer und empirischer Methoden sollen die Studierenden lernen, wirtschaftspsychologische Fragestellungen zu analysieren und Lösungsansätze zu entwickeln. Dabei fördert die interdisziplinäre Ausbildung den Perspektivwechsel zwischen Organisation, Individuum, Wirtschaft und Gesellschaft. Die Studierenden erwerben gemäß den Angaben im Selbstbericht grundlegende psychologische Kenntnisse über das Erleben und Verhalten des Menschen und können diese im wirtschaftlichen Kontext zur Beantwortung konkreter Fragestellungen anwenden. Die Absolventinnen und Absolventen verfügen ferner über ein Repertoire an qualitativen und quantitativen Forschungsmethoden zur Gewinnung und Analyse von Daten und können diese Verfahren sachbezogen und situationsgerecht anwenden. Auf Basis der gewonnenen wissenschaftlichen Erkenntnisse sind sie befähigt, fundierte wirtschaftspsychologische Handlungsempfehlungen zu erarbeiten.

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Die Qualifikationsziele und die angestrebten Lernergebnisse aller Studiengänge hat die Hochschule nachvollziehbar dargelegt. Sie sind schlüssig und kompetenzorientiert beschrieben und in den Modulbeschreibungen verankert. Das Gutachtergremium hat bei seiner Einschätzung die Weiterentwicklung und Umstrukturierung der Bachelorstudiengänge seit der letzten Akkreditierung berücksichtigt. Es konnte sich davon überzeugen, dass die angestrebten Lernergebnisse mit umfangreichen wissenschaftlichen Grundkenntnissen in den Bereichen der Betriebs- und der Volkswirtschaft, des Rechts und der Digitalisierung sowie den jeweiligen fachbezogenen Vertiefungen, den Zielen der wissenschaftlichen Befähigung Rechnung tragen.

Die Studierenden werden mittels der definierten Lernergebnisse dazu befähigt, wissenschaftliche Theorien und Methoden auf Bachelorniveau anzuwenden und diese Fähigkeiten im Rahmen der Bachelorthesis umzusetzen. Sie werden während ihres Studiums darauf vorbereitet, die notwendigen Kompetenzen, Kenntnisse, Fähigkeiten und beruflichen Fertigkeiten in der Berufspraxis anzuwenden und in die Lage versetzt, selbstständige, wissenschaftlich fundierte Entscheidungen zu treffen. Mit den im Curriculum vermittelten Inhalten sieht es das Gutachtergremium deshalb als hinreichend gegeben an, dass die Absolventinnen und Absolventen zur Übernahme einer qualifizierten Erwerbstätigkeit befähigt werden.

Die Vermittlung flexibler Managementmethoden und didaktischer Methoden wie z.B. Gruppenarbeiten, die im Curriculum implementierten Projektarbeiten, das Praxisprojekt, internationale Studienfahrten sowie die Möglichkeit eines Praxissemesters führen aus Sicht des Gutachtergremiums zu einer gestärkten Persönlichkeitsentwicklung der Studierenden, so dass in ausreichendem Maße auf die künftige zivilgesellschaftliche, politische und kulturelle Rolle der Absolventinnen und Absolventen eingegangen wird. Diese Themenbereiche sowie die Befähigung zum kritischen Denken finden sich nicht explizit nur in einem Modul, sondern sind als wiederkehrendes Thema im gesamten Curriculum fest verankert. Durch die bestehenden Schwer-

punkte und das Praxisprojekt haben die Studierenden generell eine begrüßenswerte Flexibilität hinsichtlich der inhaltlichen Gestaltung ihres Studiums.

Entscheidungsvorschlag

Erfüllt.

Schlüssiges Studiengangskonzept und adäquate Umsetzung (§ 12 MRVO)

Curriculum ([§ 12 Abs. 1 Sätze 1 bis 3 und 5 StAkkVO](#))

a) Studiengangübergreifende Aspekte

Die didaktische Leitidee der Hochschule basiert auf einem Verständnis von Lernen im praxisorientierten akademischen Kontext. Lernen wird dabei als Prozess verstanden, der insbesondere durch die Eigenschaften aktiv (selbständiger Wissenserwerb), konstruktiv (Generierung neuen Wissens), selbstorganisiert (eigenverantwortlicher Lernprozess) und sozial (Interaktion zwischen allen Beteiligten) gekennzeichnet ist. Das didaktische Ziel einer wissenschaftlich fundierten Handlungskompetenz erfordert deshalb eine bewusste Gestaltung und Durchführung der Lehrveranstaltungen. Als Ausgangspunkt des Lernens gilt eine konkrete, praktische oder gedankliche Handlung, die an Erfahrungen der Studierenden anknüpft und so ihre Motivation steigert. In der Folge werden die Lernprozesse von sozialen und kooperativen Kommunikationsprozessen begleitet und sind abhängig von einer konstruktiven Lernatmosphäre. Dabei werden gemäß den Angaben im Selbstbericht die Studierenden aktiv am Lehrgeschehen beteiligt und können sich in allen Unterrichtsphasen mit ihren Erfahrungen und ihrem Wissen einbringen. Lernergebnisse werden anschließend reflektiert und in die Erfahrungen der Lernenden integriert.

Die Formen der Wissensvermittlung erfolgen nach Maßgabe der jeweiligen Lehrinhalte und Lernziele mit dem Fokus stets eine Kombination didaktischer Maßnahmen und Lehrformen zu ergreifen, um den integrativen Lehransatz aktiv zu fördern. Das Spektrum angewandter didaktischer Herangehensweisen in einem Modul reicht von seminaristischen Vorlesungen, insbesondere zur Vermittlung inhaltlichen Wissens, über ein angeleitetes und zunehmend eigenständiges Selbst-/Literaturstudium, die Bearbeitung von Fallstudien und Übungen, eigenverantwortlich, in Gruppen oder Tutorien, bis hin zu Vorträgen, Präsentationen, Referaten sowie schriftlichen und mündlichen Prüfungsleistungen zum Nachweis der erworbenen Kompetenzen. Darüber hinaus verfolgt die Hochschule mit dem gezielten Einsatz digitaler Lehr-/Lernangebote eine höhere Individualisierung und Flexibilisierung des Studienverlaufs. Dort, wo es sinnvoll ist, werden klassische Präsenzveranstaltungen mit digitalen Formen angereichert, oder manche Module vollständig digitalisiert. Zentrales Element ist die Abstimmung zwischen Kontaktzeit und angeleitetem Selbststudium zur individuellen Förderung jedes Studierenden, da insbesondere

durch die für das Selbststudium bereitgestellten Inhalte und Medien verschiedene Lerntypen und -tempi optimal angesprochen und Angebote für unterschiedliches Vorwissen und Interesse geschaffen werden, so die Hochschule. Unterteilt wird in synchrone Kontaktzeiten in Präsenz oder online und asynchrones Selbststudium angeleitet oder individuell. Der synchrone Kontakt findet überwiegend vor Ort in den Seminarräumen der Hochschule, in einzelnen Modulen aber auch online in virtuellen Klassenräumen statt. Angeleitetes Selbststudium umfasst konkrete Lern- und Arbeitsaufträge der Dozierenden, welche von den Studierenden außerhalb der Kontaktzeit selbstorganisiert durchgeführt werden. In der Regel erfolgt eine anschließende Reflexion der Ergebnisse. Individuelles Selbststudium umfasst die eigenständig initiierte und strukturierte Aufarbeitung von Inhalten der Kontaktzeit sowie Literaturarbeit bzw. die Prüfungsvorbereitung.

Das angeleitete Selbststudium ermöglicht den Studierenden, in der Kontaktzeit besprochene Inhalte zu festigen und zu vertiefen, beispielsweise über die Online-Lernplattform studynet, auf der Unterrichtsmaterialien, weiterführende Literatur, Übungen und Onlinetests bereitgestellt werden. Zudem kann die Zeit des angeleiteten Selbststudiums auch genutzt werden, um Arbeitsaufträge zu vergeben, die der Vor- und Nachbereitung des in der synchronen Lehre vermittelten Wissens dienen, oder gezielt die eigenständige Erarbeitung von Inhalten fördern. Ziel ist es, die Lehrmethoden der synchronen Lehre zu unterstützen und eine systematische Wissens- und Kompetenzvermittlung zu ermöglichen.

Die aktive Einbeziehung externer Gastreferenten ist gemäß den Angaben im Selbstbericht ein wichtiges didaktisches Element im Lehrkonzept. Dieses Instrument dient in erster Linie zur Sicherstellung eines Höchstmaßes an Aktualität des Lehrplans. Gastreferenten sollen zum einen als nebenberuflich Dozierende in ausgewählten Themengebieten Inhalte des Lehrcurriculums verantworten. Je nach Fachgebiet besteht hier die Möglichkeit, ausgewählte Experten mit besonderen Fachkenntnissen oder Praxiserfahrungen als Dozierende zu gewinnen. Zum anderen sollen im Rahmen der Lehrveranstaltungen von den Dozierenden zu ausgewählten Themen Experten aus der Praxis als Gastreferenten eingeladen werden. Dies führt dazu, dass Studierende über den konkreten Anwendungsbezug vermittelter Theorien oder Konzepte direkt informiert werden können. Darüber hinaus dienen diese anlassbezogenen geladenen Gastreferenten auch als Ansprechpartner für ein Praxissemester bis hin zum Mentoring beim späteren Berufseinstieg oder der Jobqualifizierung.

Gemäß den Angaben im Selbstbericht werden die Studierenden über Evaluationen und direkte Vorschläge und Anregungen in die Gestaltung der Lehr- und Lernprozesse einbezogen. Dies zeigt sich daran, dass einige Änderungen im Curriculum seit der Erstakkreditierung u.a. auf Initiativen der Studierenden zurückzuführen sind.

Alle vorliegenden Curricula basieren auf einer identischen Struktur. Als grundlegende Wissenschaft ist die Betriebswirtschaftslehre in allen Studiengängen verankert. Zudem ist der Erwerb überfachlicher Kompetenzen elementarer Bestandteil, weshalb sich aus diesen Modulen ein Kanon aus sog. Verbundmodulen definieren lässt, die in nahezu allen Studiengängen Bestandteil des Pflichtcurriculums sind. Mit den Verbundmodulen soll erreicht werden, dass alle Studierenden ein für das weitere spezifische Studium benötigtes Grundverständnis der betriebswirtschaftlichen Fachterminologie und der ökonomischen Zusammenhänge erlangen. Die 17 Verbundmodule sind folgenden Themengebieten zugeordnet:

- Betriebswirtschaftliches Denken und Handeln
- Finanzwirtschaftliche Steuerung von Unternehmen
- Internationalisierung und interkulturelle Kompetenzen
- Digitalisierung im Unternehmen
- Praxiskompetenzen der Unternehmensführung
- Rechtliche, gesamtwirtschaftliche und gesellschaftliche Rahmenbedingungen
- Anwendungsorientierte Wissenschaftsmethoden.

In der Einführungswoche zu Beginn jedes Semesters, bietet die Hochschule Mathematikurse auf freiwilliger Basis an, im ersten Teil onlinebasiert, im zweiten Teil in Präsenz, um die Studierenden mit unterschiedlichen Vorkenntnissen auf ein vergleichbares Niveau zu bringen.

Die studiengangsspezifischen Module sind auf die individuellen Inhalte ausgerichtet. Zwei Wahlpflichtschwerpunkte im vierten und fünften Semester ermöglichen eine stärkere Profilbildung. Die Studierenden wählen entweder zwei fachspezifische Schwerpunkte aus ihrem Studiengang oder alternativ einen Schwerpunkt aus dem Bachelorverbund, um sich ggf. noch gezielter auf die anvisierte berufliche Tätigkeit vorzubereiten. Das Wahlpflichtmodul im sechsten Semester dient der individuellen Kompetenzerweiterung, wodurch eine stärkere interdisziplinäre Profilausrichtung, die weitere Persönlichkeitsentwicklung oder die Erhöhung der Anschlussfähigkeit an ein bestimmtes Masterprogramm verfolgt werden soll.

Jeder Studiengang kann in sechs Semestern ohne Praxisphase, oder in sieben Semestern mit einem eigenen Praxissemester absolviert werden. Die jeweiligen Studienverlaufspläne sind in den nachfolgenden Passagen abgebildet.

b) Studiengangsspezifische Bewertung

Studiengang 01: Betriebswirtschaftslehre

Sachstand

Das Curriculum ist wie folgt zusammengesetzt:

Modul Nr.		Modul	Credit Points im Semester						SWS im Semester						Workload (in Zeitstunden)				Pflicht (P)	Voraussetzungen für die Vergabe von Credits (alle Leistungen und Prüfungsformen)	Gewichtung der Prüfungsleistungen für die Modulnote		
			1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6	synchrone Kontaktzeit physische Präsenz	synchrone Kontaktzeit online Präsenz	angeleitetes Selbststudium	Selbststudium					
Betriebswirtschaftliches Denken und Handeln																							
B-GV-1	Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre ¹⁾	5					2							0	28	50	47	P	2 Online-Selbsttests ▶ Klausur (90 Min.)				
B-BW-1	Marketing und Marktforschung	5												56	0	2	67	P	Klausur (90 Min.)				
B-BW-1.1	Marketing						2																
B-BW-1.2	Marktforschung						2																
B-BW-2	Personalmanagement und Führung	5						2						28	0	14	83	P	Klausur (90 Min.)				
B-BW-5	Unternehmerische Wertschöpfung		5						4					56	0	0	69	P	Klausur (90 Min.)				
B-BW-9	Strategieorientierte Organisationsgestaltung und -entwicklung					5						2		28	0	15	82	P	Klausur (90 Min.)				
Finanzwirtschaftliche Steuerung von Unternehmen																							
B-GV-2	Rechnungswesen	5					4							56	0	15	54	P	2 Online-Selbsttests ▶ Klausur (90 Min.)				
B-BS-2	Finanzwirtschaftliche Analyse		5											56	0	2	67	P	Klausur (90 Min.)				
B-BS-2.1	Investition und Finanzierung							2															
B-BS-2.2	Controlling							2															
B-BW-6	Nationale und internationale Unternehmensbilanzierung		5											28	0	14	83	P	Klausur (90 Min.)				
B-BW-6.1	Unternehmensbilanzierung nach HGB und IFRS									2													
Internationalisierung und interkulturelle Kompetenzen																							
B-BS-1	Business Communication		5						4					56	0	28	41	P	Klausur (60 Min.) + Präsentation (10 Min.)	je 50%			
B-GV-11	International and Intercultural Management			5										56	0	7	62	P	Referat (15 Min.) + Handout (3-5 S.)	65% / 35%			
B-GV-11.1	International Management									2													
B-GV-11.2	Intercultural and Negotiation Competences									2													
Digitalisierung in Unternehmen																							
B-BW-4	Digitales Marketing und Online Business		5											56	0	0	69	P	Klausur (90 Min.)				
B-BW-4.1	Online Business und E-Commerce							2															
B-BW-4.2	Digitales Marketing							2															
B-GV-12	Data Science und Data Analytics ²⁾			5						4				40	0	25	60	P	Projektbericht (10-15 S.) + Präsentation (5-10 Min.)	65% / 35%			
B-GV-14	Digitale Transformation ¹⁾			5						0				0	0	60	65	P	Hausarbeit (12-15 S.)				
B-BW-10	Digital Entrepreneurship und Innovationen					5						2		28	0	4	93	P	Projektbericht (10-15 S.) + Präsentation (5-10 Min.)	65% / 35%			
Praxiskompetenzen der Unternehmensführung																							
B-GV-3	Projektmanagement und Präsentationstechniken ³⁾	5					3							30	0	20	75	P	Projektbericht (10-15 S.) + Präsentation (5-10 Min.)	65% / 35%			
B-GV-13	Business-Planspiel				5						3			42	0	20	63	P	Portfolio				
B-GV-15	Praxisprojekt				5						1			14	0	5	106	P	Projektbericht (10-15 S.) + Präsentation (5-10 Min.)	65% / 35%			
Rechtliche, gesamtwirtschaftliche und gesellschaftliche Rahmenbedingungen																							
B-GV-8	Bürgerliches Recht		5					4						56	0	0	69	P	Klausur (90 Min.)				
B-BW-3	Anwendungsorientierte Mikroökonomie	5					4							56	0	20	49	P	Klausur (90 Min.)				
B-GV-9	Spezielles Wirtschaftsrecht			5										56	0	0	69	P	Klausur (90 Min.)				
B-GV-9.1	Arbeitsrecht									2													
B-GV-9.2	Handels- und Gesellschaftsrecht									2													
B-BW-7	Anwendungsorientierte Makroökonomie			5					4					56	0	15	54	P	Klausur (90 Min.)				
B-GV-10	Wirtschaftsethik und Nachhaltigkeit ¹⁾				5									0	28	50	47	P	Klausur (90 Min.)				
B-GV-10.1	Wirtschafts- und Unternehmensethik										1												
B-GV-10.2	Nachhaltiges Wirtschaften und CSR										1												
Anwendungsorientierte Wissenschaftsmethoden																							
B-GV-4	Wirtschaftsmathematik	5												56	0	27	42	P	2 Online-Selbsttests ▶ Klausur (90 Min.)				
B-GV-4.1	Analysis und lineare Algebra							2															
B-GV-4.2	Finanzmathematik							2															
B-GV-6	Wissenschaftliches Arbeiten ¹⁾	5							2					0	28	50	47	P	Hausarbeit (12-15 S.)				
B-GV-7	Statistische Methoden	5												42	0	27	56	P	2 Online-Selbsttests ▶ Klausur (90 Min.)				
B-GV-7.1	Deskriptive und induktive Statistik								3														
B-BW-8	Empirische Forschungsmethoden ⁵⁾			5						4				40	0	20	65	P	Portfolio				
Wahlpflichtbereich																							
B-BW-SP	Schwerpunkt I ⁶⁾			15						10				140	0	24	211	WP	variiert				
B-BW-SP	Schwerpunkt II ⁶⁾				15						10			140	0	24	211	WP	variiert				
B-BW-WPM	Wahlpflichtmodul ⁶⁾				5							1		5	12	33	75	WP	variiert				
Bachelorprüfung																							
B-BW-BK	Bachelorkolloquium						3						1	14	0	0	61	P	Präsentation (20 Min.)				
B-BW-BA	Bachelorarbeit						12						0	0	0	0	300	P	Abschlussarbeit				
Summe Credit Points / SWS je Semester			30	30	30	30	30	30	21	19	22	18	16	6									
Summe Credit Points / SWS gesamt			180						102														
Summe Workload - Kontaktzeit und Selbststudium															1291	96	571	2542					
																	4500						

Akkreditierungsbericht: Bündel Betriebswirtschaftslehre (B.A.), Immobilienwirtschaft (B.A.), Sportmanagement (B.A.), Medienmanagement und Digitales Marketing (B.A.), Wirtschaftspsychologie (B.Sc.)

Schwerpunkte im Studiengang Betriebswirtschaftslehre (min. 1 fachspezifischer Schwerpunkt, der zweite Schwerpunkt kann aus anderen Studiengängen gewählt werden)																					
B-BW-SP-1 Marketing-Management																					
B-BW-SP-1.1	Strategische Planung im Marketing Management									5				4	56	0	2	67	WP	Präsentation (10-15 Mn.)	
B-BW-SP-1.2	Instrumente im Marketing-Management									5				3	42	0	14	69		Hausarbeit (12-15 S.)	
B-BW-SP-1.3	Forschung, Analyse und Controlling im Marketing-Management									5				3	42	0	14	69		Klausur (90 Mn.)	
B-BW-SP-2 Finance und Controlling																					
B-BW-SP-2.1	Corporate Finance									5				3	42	0	4	79	WP	Klausur (90 Mn.)	
B-BW-SP-2.2	Instrumente des Controllings									5				4	56	0	0	69		Klausur (90 Mn.)	
B-BW-SP-2.3	Internationales Controlling									5				3	42	0	4	79		Klausur (90 Mn.)	
B-BW-SP-3 International Management – Englischsprachiger Schwerpunkt.																					
B-BW-SP-3.1	Strategic and Functional Management in International Companies									5				4	56	0	14	55	WP	Klausur (90 Mn.)	
B-BW-SP-3.2	Applied International Strategic Management									5				2	28	0	18	79		Fallstudie (10-15 S.) + Präsentation (10-20 Mn.)	70% / 30%
B-BW-SP-3.3	International Economic Relations									5					56	0	10	59		Klausur (90 Mn.)	
B-BW-SP-3.3.1	International Relations													2							
B-BW-SP-3.3.2	International Contract and Commercial Law													2							
B-BW-SP-4 Wertschöpfungsmanagement																					
B-BW-SP-4.1	Internationale Managementsysteme und Rationalisierungsmethoden									10					84	0	2	164	WP	Klausur (120 Mn.)	
B-BW-SP-4.1.1	Produkt- und Steuerung von internationalen Managementsystemen													2							
B-BW-SP-4.1.2	Analyse- und Rationalisierungsmethoden													4							
B-BW-SP-4.2	Führung von Verbesserungsprozessen									5					56	0	2	67		Präsentation (10-15 Mn.)	
B-BW-SP-4.1.1	Operationalisierung von Innovation und Krisenstrategien													2							
B-BW-SP-4.1.2	Wertorientiertes Management													2							
Wahlpflichtmodule im Studiengang Betriebswirtschaftslehre (1 aus 6)																					
B-WPM1	Case Studies in Economic Policy ¹⁾									5				1	0	14	40	71	WP	Fallstudie (10 -15 S.) + Vortrag (10-20 Mn.)	70% / 30%
B-WPM2	Emerging Technology Trends ¹⁾									5				2	0	28	17	80	WP	Klausur (90 Mn.)	
B-WPM3	ERP-Systeme in Unternehmen ¹⁾									5				1	0	14	50	61	WP	Klausur (90 Mn.)	
B-WPM4	Wirtschaftsinformatik ¹⁾									5				1	0	14	50	61	WP	Klausur (90 Mn.)	
B-WPM5	Engagement als Gegenstand individueller Bildung									5				0	0	0	15	110	WP	Wissenschaftliche Ausarbeitung (10-12 S.)	
B-WPM6	Digitales Programm- und Projektmanagement									5				2	28	0	28	69	WP	Projektbericht (10-15 S.) + Präsentation (5-10 Mn.)	65% / 35%
Übungen/Tutorien																					
B-BW-6.2	Übung zur Unternehmensbilanzierung													1							
B-GV-4.3	Übung Mathematik ³⁾													1							
B-GV-7.2	Übung statistische Methoden													2							

¹⁾ Reines Digitalmodul. Die Ausweisung der Module in Digitallehre entspricht dem aktuellen Planungsstand, die Zuordnung einzelner Module zu Digital- bzw. Präsenzlehre kann basierend auf im Zeitablauf gewonnenen Erfahrungen variiert werden; dabei werden maximal 30 % des Workloads in digitaler Lehre abgebildet.
²⁾ Dieses Modul erstreckt sich über 10 und nicht, wie üblich, über 14 Vorlesungswochen.
³⁾ Diese Lehrveranstaltungen finden nur alle 2 Vorlesungswochen statt.
⁴⁾ Die hier aufgeführten SWS und die Verteilung des Workloads entsprechen dem Durchschnitt der in diesem Studiengang zur Wahl stehenden Schwerpunkte/Wahlpflichtmodule. Die genaue Verteilung des Workloads je Schwerpunkt/Wahlpflichtmodul geht

Studienverlaufsplan

Betriebswirtschaftslehre mit Praxissemester (B.A.), PO 2021

Modul Nr.	Modul	Credit Points im Semester						SWS im Semester						Workload (in Zeitstunden)				Pflicht (P)	Voraussetzungen für die Vergabe von Credits (alle Leistungen und Prüfungsformen)	Gewichtung der Prüfungsleistungen für die Modulnote	
		1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7	synchrone Kontaktzeit physische Präsenz	Synchrone Kontaktzeit online Präsenz				angeleritetes Selbststudium
Betriebswirtschaftliches Denken und Handeln																					
B-GV-1	Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre ¹⁾	5						2							0	28	50	47	P	2 Online-Selbsttests Klausur (90 Min.)	
B-BW-1	Marketing und Marktforschung	5													56	0	2	67	P		
B-BW-1.1	Marketing							2													
B-BW-1.2	Marktforschung							2													
B-BW-2	Personalmanagement und Führung	5							2						28	0	14	83	P	Klausur (90 Min.)	
B-BW-5	Unternehmerische Wertschöpfung		5							4					56	0	0	69	P	Klausur (90 Min.)	
B-BW-9	Strategische Unternehmensgestaltung und -entwicklung					5							2		28	0	15	82	P	Klausur (90 Min.)	
Finanzwirtschaftliche Steuerung von Unternehmen																					
B-GV-2	Rechnungswesen	5						4							56	0	15	54	P	2 Online-Selbsttests Klausur (90 Min.)	
B-BS-2	Finanzwirtschaftliche Analyse		5												56	0	2	67	P	Klausur (90 Min.)	
B-BS-2.1	Investition und Finanzierung								2												
B-BS-2.2	Controlling								2												
B-BW-6	Nationale und internationale Unternehmensbilanzierung		5												28	0	14	83	P	Klausur (90 Min.)	
B-BW-6.1	Unternehmensbilanzierung nach HGB und IFRS									2											
Internationalisierung und interkulturelle Kompetenzen																					
B-BS-1	Business Communication			5						4					56	0	28	41	P	Klausur (60 Min.) + Präsentation (10 Min.)	je 50%
B-GV-11	International and Intercultural Management			5											56	0	7	62	P	Referat (15 Min.) + Handout (3-5 S.)	65% / 35%
B-GV-11.1	International Management									2											
B-GV-11.2	Intercultural and Negotiation Competences									2											
Digitalisierung in Unternehmen																					
B-BW-4	Digitales Marketing und Online Business		5												56	0	0	69	P	Klausur (90 Min.)	
B-BW-4.1	Online Business und E-Commerce								2												
B-BW-4.2	Digitales Marketing								2												
B-GV-12	Data Science und Data Analytics ²⁾			5						4					40	0	25	60	P	Projektbericht (10-15 S.) +	65% / 35%
B-GV-14	Digitale Transformation ¹⁾			5						0					0	0	60	65	P	Hausarbeit (12-15 S.)	
B-BW-10	Digital Entrepreneurship und Innovationen					5							2		28	0	4	93	P	Projektbericht (10-15 S.) +	65% / 35%
Praxiskompetenzen der Unternehmensführung																					
B-GV-3	Projektmanagement und Präsentationstechniken ²⁾	5						3							30	0	20	75	P	Projektbericht (10-15 S.) +	65% / 35%
B-GV-13	Business-Planspiel				5						3				42	0	20	63	P	Portfolio	
B-GV-15	Praxisprojekt				5						1				14	0	5	106	P	Projektbericht (10-15 S.) +	65% / 35%
B-GV-16	Pflichtpraktikum ³⁾												0		0	0	0	750	P	Praktikumsbericht	
Rechtliche, gesamtwirtschaftliche und gesellschaftliche Rahmenbedingungen																					
B-GV-8	Bürgerliches Recht		5						4						56	0	0	69	P	Klausur (90 Min.)	
B-BW-3	Anwendungsorientierte Mikroökonomie	5						4							56	0	20	49	P	Klausur (90 Min.)	
B-GV-9	Spezielles Wirtschaftsrecht			5											56	0	0	69	P	Klausur (90 Min.)	
B-GV-9.1	Arbeitsrecht									2											
B-GV-9.2	Handels- und Gesellschaftsrecht									2											
B-BW-7	Anwendungsorientierte Makroökonomie		5						4						56	0	15	54	P	Klausur (90 Min.)	
B-GV-10	Wirtschaftsethik und Nachhaltigkeit ¹⁾				5										0	28	50	47	P	Klausur (90 Min.)	
B-GV-10.1	Wirtschafts- und Unternehmensethik										1										
B-GV-10.2	Nachhaltiges Wirtschaften und CSR										1										
Anwendungsorientierte Wissenschaftsmethoden																					
B-GV-4	Wirtschaftsmathematik	5													56	0	27	42	P	2 Online-Selbsttests Klausur (90 Min.)	
B-GV-4.1	Analysis und lineare Algebra								2												
B-GV-4.2	Finanzmathematik								2												
B-GV-6	Wissenschaftliches Arbeiten ¹⁾		5							2					0	28	50	47	P	Hausarbeit (12-15 S.)	
B-GV-7	Statistische Methoden		5												42	0	27	56	P	2 Online-Selbsttests Klausur (90 Min.)	
B-GV-7.1	Deskriptive und induktive Statistik									3											
B-BW-8	Empirische Forschungsmethoden ²⁾			5							4				40	0	20	65	P	Portfolio	
Wahlpflichtbereich																					
B-BW-SP	Schwerpunkt I ³⁾			15							10				140	0	24	211	WP	variiert	
B-BW-SP	Schwerpunkt II ³⁾				15							10			140	0	24	211	WP	variiert	
B-BW-WPM	Wahlpflichtmodul ³⁾					5						1			5	12	33	75	WP	variiert	
Bachelorprüfung																					
B-BW-BK	Bachelorkolloquium							3							14	0	0	61	P	Präsentation (20 Min.)	
B-BW-BA	Bachelorarbeit							12							0	0	0	0	P	Abschlussarbeit	
Summe Credit Points / SWS je Semester		30	30	30	30	15	45	21	19	22	18	16	5	1							
Summe Credit Points / SWS gesamt		210						102													
Summe Workload - Kontaktzeit und Selbststudium														1291	96	571	3292				
5250																					

methoden vermittelt, die in der Folge in den Bereichen Data Science und Data Analytics (als Verbundmodule) eine weitere Vertiefung erfahren. Die Wahl von zwei aus vier Wahlpflichtschwerpunkten bildet den Kern des vierten und fünften Semesters. Dazu gehören Marketing-Management, Finance und Controlling, International Management als englischsprachiger Schwerpunkt und Wertschöpfungsmanagement. Explizit berufsfeldorientiert sollen sie fachliche Vertiefungsrichtungen ermöglichen, die für die spätere berufliche Tätigkeit von Bedeutung sind. Flankierend entwickeln die Studierenden interkulturelle und soziale Kompetenzen, die auch die spätere Wahrnehmung gesellschaftlicher Verantwortung mittelbar unterstützen. Mit dem Business-Planspiel und einem Praxisprojekt, das mit Kooperationspartnern der HSF HD durchgeführt wird, erfolgt ein direkter Praxistransfer. Neben zwei betriebswirtschaftlichen Modulen und einem Wahlpflichtmodul ist das letzte Semester von der Anfertigung der Bachelorthesis geprägt.

Der Studiengang deckt gemäß den Angaben im Selbstbericht die klassischen Gebiete der Betriebswirtschaftslehre ab und zielt auf eine generalistische Ausbildung, die für Tätigkeiten in verschiedenen Funktionsbereichen und Branchen qualifiziert. Entsprechend der dargestellten Inhalte und Merkmale wird daher die Studiengangsbezeichnung „Betriebswirtschaftslehre“ gewählt. Die Abschlussbezeichnung „Bachelor of Arts“ begründet sich vor allem in der stark anwendungsorientierten wirtschaftswissenschaftlichen Ausrichtung des Studiengangs mit vergleichsweise geringen mathematisch-naturwissenschaftlichen Anteilen.

Studiengang 02: Immobilienwirtschaft (B.A.)

Sachstand

Das nachfolgende Curriculum gibt einen Überblick über den Studienverlauf:

Modul Nr.		Modul	Credit Points im Semester						SWS im Semester						Workload (in Zeitstunden)				Pflicht (P) Wahlpflicht (WP)	Voraussetzungen für die Vergabe von Credits (alle Leistungen und Prüfungsformen)	Gewichtung der Prüfungsleistungen für die Modulnote		
			1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6	synchrone Kontaktzeit physische Präsenz	Synchrone Kontaktzeit online Präsenz	angeleitetes Selbststudium	Selbststudium					
Management von Unternehmen																							
B-GV-1		Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre ¹⁾	5						2							0	28	50	47	P	2 Online-Selbsttests Klausur (90 Min.) ▶		
B-GV-2		Rechnungswesen	5						4							56	0	15	54	P	2 Online-Selbsttests Klausur (90 Min.) ▶		
B-BS-2		Finanzwirtschaftliche Analyse		5												56	0	2	67	P	Klausur (90 Min.)		
B-BS-2.1		Investition und Finanzierung							2														
B-BS-2.2		Controlling							2														
B-BW-2		Personalmanagement und Führung		5					2							28	0	14	83	P	Klausur (90 Min.)		
Immobilienwirtschaftliche Anwendungen																							
B-IW-1		Einführung in die Immobilienwirtschaft	5						3							42	0	14	69	P	Klausur (90 Minuten)		
B-IW-2		Immobilienlebenszyklus und Facility Management	5						3							42	0	20	63	P	Klausur (90 Minuten)		
B-IW-3		Immobilienaspekten ³⁾		5						4						48	0	8	69	P	Klausur (90 Minuten)		
B-IW-4		Immobilienrecht und Immobilienverwaltung			5											56	0	20	49	P	Klausur (90 Minuten)		
B-IW-4.1		Immobilienrecht								2													
B-IW-4.2		Immobilienverwaltung								2													
B-IW-5		Corporate Finance in der Immobilienwirtschaft			5											56	0	20	49	P	Klausur (90 Minuten)		
B-IW-5.1		Finanzanalyse in der Immobilienwirtschaft								2													
B-IW-5.2		Bewertung in der Immobilienwirtschaft								2													
B-IW-6		Real Estate Management			5					4						56	0	0	69	P	Klausur (90 Minuten)		
B-IW-7		Nachhaltigkeit in der Immobilienwirtschaft	5						4							56	0	20	49	P	Klausur (90 Minuten)		
B-IW-8		Innovation und Trends in der Immobilienwirtschaft						5								56	0	20	49	P	Referat (15-20 Min.) + Handout (3-5 S.)	65% / 35%	
B-IW-8.1		Verhandlungsführung und Konfliktlösung									2												
B-IW-8.2		Innovation und Digitale Transformation in der Immobilienwirtschaft									2												
B-IW-9		Stadtentwicklung					5					3				42	0	10	73	P	Klausur (90 Minuten)		
Internationalisierung und interkulturelle Kompetenzen																							
B-BS-1		Business Communication			5					4						56	0	28	41	P	Klausur (60 Min.) + Präsentation (10 Min.)	je 50%	
B-GV-11		International and Intercultural Management			5											56	0	7	62	P	Referat (15 Min.) + Handout (3-5 S.)	65% / 35%	
B-GV-11.1		International Management									2												
B-GV-11.2		Intercultural and Negotiation Competences									2												
Digitalisierung von Unternehmen																							
B-GV-12		Data Science und Data Analytics ²⁾			5					4						40	0	25	60	P	Projektbericht (10-15 Seiten) +	65% / 35%	
B-GV-14		Digitale Transformation ¹⁾			5						0					0	0	60	65	P	Hausarbeit (12-15 Seiten)		
Praxiskompetenz der Unternehmensführung																							
B-GV-3		Projektmanagement und Präsentationstechniken ²⁾	5						3							30	0	20	75	P	Projektbericht (10-15 Seiten) +	65% / 35%	
B-GV-13		Business-Planspiel			5					3						42	0	20	63	P	Portfolio		
B-GV-15		Praxisprojekt			5					1						14	0	5	106	P	Projektbericht (10-15 Seiten) +	65% / 35%	
Rechtliche, gesamtwirtschaftliche und gesellschaftliche Rahmenbedingungen																							
B-GV-8		Bürgerliches Recht	5						4							56	0	0	69	P	Klausur (90 Min.)		
B-GV-5		Grundzüge der Volkswirtschaftslehre		5						4						56	0	20	49	P	2 Online-Selbsttests Klausur (90 Min.) ▶		
B-GV-9		Spezielles Wirtschaftsrecht		5												56	0	0	69	P	Klausur (90 Min.)		
B-GV-9.1		Arbeitsrecht								2													
B-GV-9.2		Handels- und Gesellschaftsrecht								2													
B-GV-10		Wirtschaftsethik und Nachhaltigkeit ¹⁾			5											0	28	50	47	P	Klausur (90 Min.)		
B-GV-10.1		Wirtschafts- und Unternehmensethik									1												
B-GV-10.2		Nachhaltiges Wirtschaften und CSR									1												
Anwendungsorientierte Wissenschaftsmethoden																							
B-GV-6		Wissenschaftliches Arbeiten ¹⁾	5						2							0	28	50	47	P	Hausarbeit (12-15 Seiten)		
B-GV-7		Statistische Methoden	5													42	0	27	56	P	2 Online-Selbsttests Klausur (90 Min.) ▶		
B-GV-7.1		Deskriptive und induktive Statistik								3													
Wahlpflichtbereich																							
B-IW-SP		Schwerpunkt I ⁶⁾			15					10						140	0	15	220	WP	variiert		
B-IW-SP		Schwerpunkt II ⁶⁾			15					10						140	0	15	220	WP	variiert		
B-IW-WPM		Wahlpflichtmodul ⁶⁾			5						1					5	12	33	75	WP	variiert		
Bachelorprüfung																							
B-IW-BK		Bachelorkolloquium					3							1		14			61	P	Präsentation (20 Min.)		
B-IW-BA		Bachelorarbeit					12							0		0			300	P	Abschlussarbeit		
Summe Credit Points / SWS je Semester			30	30	30	30	30	19	19	24	18	16	9										
Summe Credit Points / SWS gesamt			180						105														
Summe Workload - Kontaktzeit und Selbststudium															1341	96	588	2475					
																	4500						

Akkreditierungsbericht: Bündel Betriebswirtschaftslehre (B.A.), Immobilienwirtschaft (B.A.), Sportmanagement (B.A.), Medienmanagement und Digitales Marketing (B.A.), Wirtschaftspsychologie (B.Sc.)

Schwerpunkte im Studiengang Immobilienwirtschaft (min. 1 fachspezifischer Schwerpunkt, der zweite Schwerpunkt kann aus anderen Studiengängen gewählt werden)																								
B-IW-SP-1 Immobilienmarketing																								
B-IW-SP-1.1	Umsetzung im Immobilienmarketing									5					4			56	0	0	69	WP	Referat (15-20 Min.) + Handout (3-5 S.)	65% / 35%
B-IW-SP-1.2	Research und Planung im Immobilienmarketing									5					4			56	0	20	49		Hausarbeit (10-12 Seiten)	
B-IW-SP-1.3	Crossmediale Kommunikation in der Immobilienwirtschaft									5					2			28	0	0	97		Portfolio	
B-IW-SP-2 Projektentwicklung in der Immobilienwirtschaft																								
B-IW-SP-2.1	Einführung in die Projektentwicklung in der Immobilienwirtschaft									5					4			56	0	0	69	WP	Klausur (90 Min.)	
B-IW-SP-2.2	Projektentwicklungsprozess und -management in der Immobilienwirtschaft									5					4			56	0	10	59		Hausarbeit (10-12 Seiten)	
B-IW-SP-2.3	Projektvermarktung in der Immobilienwirtschaft									5					2			28	0	0	97		Klausur (90 Min.)	
Wahlpflichtmodule im Studiengang Immobilienmanagement (1 aus 6)																								
B-WPM-1	Case Studies in Economic Policy ¹⁾									5					1			0	14	40	71	WP	Fallstudie (10 -15 S.) + Vortrag (10-20 Min.)	70% / 30%
B-WPM-2	Emerging Technology Trends ¹⁾									5					2			0	28	17	80	WP	Klausur (90 Min.)	
B-WPM-3	ERP-Systeme in Unternehmen ¹⁾									5					1			0	14	50	61	WP	Klausur (90 Min.)	
B-WPM-4	Wirtschaftsinformatik ¹⁾									5					1			0	14	50	61	WP	Klausur (90 Min.)	
B-WPM-5	Engagement als Gegenstand individueller Bildung									5					0			0	0	15	110	WP	Wissenschaftliche Ausarbeitung (10-12 S.)	
B-WPM-6	Digitales Programm- und Projektmanagement									5					2			28	0	28	69	WP	Projektbericht (10-15 S.) + Präsentation (5-10 Min.)	
Übungen/Tutorien																								
B-GV-7.2	Übung statistische Methoden														2									
¹⁾ Reines Digitalmodul: Die Ausweisung der Module in Digitallehre entspricht dem aktuellen Planungsstand, die Zuordnung einzelner Module zu Digital- bzw. Präsenzlehre kann basierend auf im Zeitablauf gewonnenen Erfahrungen variiert werden; dabei werden maximal 30 % des Gesamtworkloads des Studiengangs in digitaler Lehre abgebildet. ²⁾ Dieses Modul erstreckt sich über 10 und nicht, wie üblich, über 14 Vorlesungswochen. ³⁾ Dieses Modul erstreckt sich über 12 und nicht, wie üblich, über 14 Vorlesungswochen. ⁴⁾ Die hier aufgeführten SWS und die Verteilung des Workloads entsprechen dem Durchschnitt der in diesem Studiengang zur Wahl stehenden Schwerpunkte/Wahlpflichtmodule. Die genaue Verteilung des Workloads je Schwerpunkt/Wahlpflichtmodul geht aus der untenstehenden Übersicht hervor.																								

Studienverlaufsplan

Immobilienwirtschaft mit Praxissemester (B.A.), PO 2021

Modul Nr.	Modul	Credit Points im Semester							SWS im Semester							Workload (in Zeitzstunden)				Pflicht (P)	Voraussetzungen für die Vergabe von Credits (alle Leistungen und Prüfungsformen)	Sowohl der Prüfungsleistungen für die Modulnote					
		1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7	synchrone Kontaktzeit physische Präsenz	Synchrone Kontaktzeit online Präsenz	angeführtes Selbststudium	Selbststudium								
Management von Unternehmen																											
B-GV-1	Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre ¹⁾	5							2								0	28	50	47	P	2 Online-Selbsttests ▶ Klausur (90 Mn.)					
B-GV-2	Rechnungswesen	5							4								56	0	15	54	P	2 Online-Selbsttests ▶ Klausur (90 Mn.)					
B-BS-2	Finanzwirtschaftliche Analyse		5														56	0	2	67	P	Klausur (90 Mn.)					
B-BS-2.1	Investition und Finanzierung								2																		
B-BS-2.2	Controlling								2																		
B-BW-2	Personalmanagement und Führung		5						2								28	0	14	83	P	Klausur (90 Mn.)					
Immobilienwirtschaftliche Anwendungen																											
B-IW-1	Einführung in die Immobilienwirtschaft	5							3								42	0	14	69	P	Klausur (90 Minuten)					
B-IW-2	Immobilienlebenszyklus und Facility Management	5							3								42	0	20	63	P	Klausur (90 Minuten)					
B-IW-3	Immobilienassetklassen ³⁾		5							4							48	0	8	69	P	Klausur (90 Minuten)					
B-IW-4	Immobilienrecht und Immobilienverwaltung			5													56	0	20	49	P	Klausur (90 Minuten)					
B-IW-4.1	Immobilienrecht									2																	
B-IW-4.2	Immobilienverwaltung									2																	
B-IW-5	Corporate Finance in der Immobilienwirtschaft			5													56	0	20	49	P	Klausur (90 Minuten)					
B-IW-5.1	Finanzanalyse in der Immobilienwirtschaft									2																	
B-IW-5.2	Bewertung in der Immobilienwirtschaft									2																	
B-IW-6	Real Estate Management			5						4							56	0	0	69	P	Klausur (90 Minuten)					
B-IW-7	Nachhaltigkeit in der Immobilienwirtschaft	5								4							56	0	20	49	P	Klausur (90 Minuten)					
B-IW-8	Innovation und Trends in der Immobilienwirtschaft					5											56	0	20	49	P	Referat (15-20 Mn.) + Handout (3-5 S.)	65% / 35%				
B-IW-8.1	Verhandlungsführung und Konfliktlösung																										
B-IW-8.2	Innovation und Digitale Transformation in der Immobilienwirtschaft																										
B-IW-9	Stadtentwicklung					5											42	0	10	73	P	Klausur (90 Minuten)					
Internationalisierung und interkulturelle Kompetenzen																											
B-BS-1	Business Communication			5						4							56	0	28	41	P	Klausur (60 Mn.) + Präsentation (10 Mn.)	je 50%				
B-GV-11	International and Intercultural Management				5												56	0	7	62	P	Referat (15 Mn.) + Handout (3-5 S.)	65% / 35%				
B-GV-11.1	International Management									2																	
B-GV-11.2	Intercultural and Negotiation Competences									2																	
Digitalisierung von Unternehmen																											
B-GV-12	Data Science and Data Analytics ²⁾				5						4						40	0	25	60	P	Projektbericht (10-15 Seiten) +	65% / 35%				
B-GV-14	Digitale Transformation ¹⁾				5						0						0	0	60	65	P	Hausarbeit (12-15 Seiten)					
Praxiskompetenz der Unternehmensführung																											
B-GV-3	Projektmanagement und Präsentationstechniken ²⁾	5								3							30	0	20	75	P	Projektbericht (10-15 Seiten) + Präsentation (5-10)	65% / 35%				
B-GV-13	Business-Planspiel					5						3					42	0	20	63	P	Portfolio					
B-GV-15	Praxisprojekt					5							1				14	0	5	106	P	Projektbericht (10-15 Seiten) +	65% / 35%				
B-GV-16	Pflichtpraktikum ⁵⁾																0	0	0	750	P	Praktikumsbericht					
Rechtliche, gesamtwirtschaftliche und gesellschaftliche Rahmenbedingungen																											
B-GV-8	Bürgerliches Recht		5							4							56	0	0	69	P	Klausur (90 Mn.)					
B-GV-5	Grundzüge der Volkswirtschaftslehre			5							4						56	0	20	49	P	2 Online-Selbsttests ▶ Klausur (90 Mn.)					
B-GV-9	Spezielles Wirtschaftsrecht			5													56	0	0	69	P	Klausur (90 Mn.)					
B-GV-9.1	Arbeitsrecht										2																
B-GV-9.2	Handels- und Gesellschaftsrecht										2																
B-GV-10	Wirtschaftsethik und Nachhaltigkeit ¹⁾					5											0	28	50	47	P	Klausur (90 Mn.)					
B-GV-10.1	Wirtschafts- und Unternehmensethik																										
B-GV-10.2	Nachhaltiges Wirtschaften und CSR																										
Anwendungsorientierte Wissenschaftsmethoden																											
B-GV-6	Wissenschaftliches Arbeiten ¹⁾		5							2							0	28	50	47	P	Hausarbeit (12-15 Seiten)					
B-GV-7	Statistische Methoden		5														42	0	27	56	P	2 Online-Selbsttests u Klausur (90 Mn.)					
B-GV-7.1	Deskriptive und induktive Statistik										3																
Wahlpflichtbereich																											
B-IW-SP	Schwerpunkt I ⁶⁾				15												140	0	15	220	WP	variiert					
B-IW-SP	Schwerpunkt II ⁶⁾					15											140	0	15	220	WP	variiert					
B-IW-WPM	Wahlpflichtmodul ⁶⁾						5										5	12	33	75	WP	variiert					
Bachelorprüfung																											
B-IW-BK	Bachelorkolloquium									3							14	0	0	61	P	Präsentation (20 Mn.)					
B-IW-BA	Bachelorarbeit																0	0	0	300	P	Abschlussarbeit					
Summe Credit Points / SWS je Semester		30	30	30	30	30	15	45	19	19	24	18	16	8	1												
Summe Credit Points / SWS gesamt		210							105																		
Summe Workload - Kontaktzeit und Selbststudium																1341	96	588	3225								
5250																											

Schwerpunkte im Studiengang Immobilienmanagement (min. 1 fachspezifischer Schwerpunkt, der zweite Schwerpunkt kann aus anderen Studiengängen gewählt werden)																			
B-IW-SP-1 Immobilienmarketing																			
B-IW-SP-1.1	Umsetzung im Immobilienmarketing																WP	Referat (15-20 Mn.) + Handout (3-5 S.) Hausarbeit (10-12 Seiten) Portfolio	65% / 35%
B-IW-SP-1.2	Research und Planung im Immobilienmarketing																		
B-IW-SP-1.3	Crossmediale Kommunikation in der Immobilienwirtschaft																		
B-IW-SP-2 Projektentwicklung in der Immobilienwirtschaft																			
B-IW-SP-2.1	Einführung in die Projektentwicklung in der Immobilienwirtschaft																WP	Klausur (90 Min.) Hausarbeit (10-12 Seiten) Klausur (90 Min.)	
B-IW-SP-2.2	Projektentwicklungsprozess und -management in der Immobilienwirtschaft																		
B-IW-SP-2.3	Projektvermarktung in der Immobilienwirtschaft																		
Wahlpflichtmodule im Studiengang Immobilienwirtschaft (1 aus 6)																			
B-WPM1	Case Studies in Economic Policy ¹⁾																WP	Fallstudie (10-15 S.) + Vortrag (10-20 Mn.)	70% / 30%
B-WPM2	Emerging Technology Trends ¹⁾																		
B-WPM3	ERP-Systeme in Unternehmen ¹⁾																		
B-WPM4	Wirtschaftsinformatik ¹⁾																WP	Klausur (90 Min.)	
B-WPM5	Engagement als Gegenstand individueller Bildung																		
B-WPM6	Digitales Programm- und Projektmanagement																		
Übungen/Tutorien																			
B-GV-7.2	Übung statistische Methoden																		

¹⁾ Reines Digitalmodul: Die Ausweisung der Module in Digitallehre entspricht dem aktuellen Planungsstand, die Zuordnung einzelner Module zu Digital- bzw. Präsenzhörs kann basierend auf dem Zeitablauf gewonnenen Erfahrungen variiert werden; dabei werden maximal 30 % des Gesamtworkloads des Studiengangs in digitaler Lehre abgebildet.
²⁾ Dieses Modul erstreckt sich über 10 und nicht, wie üblich, über 14 Vorlesungswochen.
³⁾ Dieses Modul erstreckt sich über 12 und nicht, wie üblich, über 14 Vorlesungswochen.
⁴⁾ Die hier aufgeführten SWS und die Verteilung des Workloads entsprechen dem Durchschnitt der in diesem Studiengang zur Wahl stehenden Schwerpunkte/Wahlpflichtmodule. Die genaue Verteilung des Workloads je Schwerpunkt/Wahlpflichtmodul geht aus der untenstehenden Übersicht hervor.

Der Schwerpunkt der ersten Studienphase liegt auf der Vermittlung betriebswirtschaftlicher Grundlagen auf Basis der Verbundmodule, insbesondere im Bereich der unternehmerischen Finanzwirtschaft, aber auch auf deren Übertragung auf fachspezifische Fragestellungen des Immobiliensektors sowie des Immobilien- und Facility Managements. Auch fachbezogene Themen relevanter Rechtsgebiete, der Mathematik, Rechnungswesen, Statistik und Managementaspekte und Wirtschaftsenglisch werden behandelt sowie das Fundament wissenschaftlich methodischen Arbeitens gelegt. Die Studierenden werden außerdem mit der Bedeutung der Nachhaltigkeit in der Immobilienwirtschaft vertraut gemacht.

Mit einem fachspezifischen Fokus auf der Immobilienbranche werden betriebswirtschaftliche Ansätze und Methoden in den Bereichen der Investitions- und Finanzierungsrechnung sowie im Personalmanagement und der Unternehmensführung vermittelt. Die rechtlichen Grundzüge des Bürgerlichen Rechts werden erweitert mit den Fachgebieten des Immobilienrechts und der Immobilienverwaltung sowie einem Überblick notwendiger Vorschriften des Arbeits- und Gesellschaftsrechts. Im Modul „Corporate Finance in der Immobilienwirtschaft“ erlernen die Studierenden die Übertragung der Methoden der Finanzwirtschaft auf den Immobiliensektor. Im Rahmen des Moduls „Real Estate Management“ erweitern die Studierenden ihre fachspezifischen Kompetenzen im Hinblick auf die Immobilienbranche.

Mit der Wahl von zwei Wahlpflichtschwerpunkten, im Praxisprojekt sowie in einem Business-Planspiel können die Studierenden das erworbene Wissen auf immobilienwirtschaftliche Fragestellungen transferieren. Die beiden Themen der Schwerpunkte lauten „Immobilienmarketing“ und „Projektentwicklung in der Immobilienwirtschaft“, wovon eines verpflichtend zu wählen ist. Ein weiterer Schwerpunkt kann anderen Studiengängen entnommen werden.

Das Bachelorstudium Immobilienwirtschaft schließt im sechsten Semester mit zwei fachspezifischen Modulen ab, in denen den Studierenden Kenntnisse zu Themen der Stadtentwicklung vermittelt werden. Darüber hinaus erwerben sie gemäß den Angaben im Selbstbericht im Rah-

men des neu eingeführten Moduls „Innovation und Trends in der Immobilienwirtschaft“ eine umfassende Sichtweise auf die Immobilienwirtschaft. Die Studierenden schließen das Bachelorstudium mit der Anfertigung ihrer Bachelorarbeit sowie einem begleitenden Bachelorkolloquium ab.

Der Studiengang verbindet eine grundlegende wirtschaftswissenschaftliche Ausbildung mit einer branchenbezogenen immobilienwirtschaftlichen Qualifikation. Vor diesem Hintergrund wurde gemäß den Angaben im Selbstbericht die Studiengangsbezeichnung „Immobilienwirtschaft“ gewählt. Die Abschlussbezeichnung „Bachelor of Arts“ begründet sich in den anwendungsorientierten wirtschaftswissenschaftlichen sowie immobilienwirtschaftlichen curricularen Anteilen, denen vergleichsweise geringe mathematisch-naturwissenschaftliche Anteile gegenüberstehen.

Studiengang 03: Sportmanagement (B.A.)

Sachstand

Das Curriculum gibt nachfolgend einen Überblick über den Studienverlauf:

Modul Nr.		Modul		Credit Points im Semester						SWS im Semester						Workload (in Zeitstunden)				Pflicht (P)	Voraussetzungen für die Vergabe von Credits (alle Leistungen und Prüfungsformen)	Gewichtung der Prüfungsleistungen für die Modulnote		
				1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6	synchrone Kontaktzeit physische Präsenz	Synchrone Kontaktzeit online Präsenz	angereichertes Selbststudium	Selbststudium					
Ganzheitliche und funktionale Betrachtung von Sportunternehmen																								
B-GV-1	Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre ¹⁾	5						2							0	28	50	47	P	2 Online-Selbsttests ▶ Klausur (90 Mn.)				
B-SPM-1	Einführung in das Sportmanagement	5						4							56	0	5	64	P	Klausur (90 Mn.)				
B-SPM-2	Grundlagen des sportlichen Trainings		5												42	0	14	69	P	Klausur (90 Mn.)				
B-SPM-2.1	Trainings- und Bewegungslehre							2																
B-SPM-2.2	Sportphysiologie und Anatomie							1																
B-BW-1	Marketing und Marktforschung	5													56	0	2	67	P	Klausur (90 Mn.)				
B-BW-1.1	Marketing							2																
B-BW-1.2	Marktforschung							2																
B-SPM-5	Organisation des Sports			5						4					56	0	7	62	P	Hausarbeit (12-15 S.)				
B-SPM-7	Entwicklung und Führung im Sport						5					2			28	0	18	79	P	Klausur (90 Mn.)				
Finanzwirtschaftliche Steuerung von Sportunternehmen																								
B-GV-2	Rechnungswesen	5						4							56	0	15	54	P	2 Online-Selbsttests ▶ Klausur (90 Mn.)				
B-BS-2	Finanzwirtschaftliche Analyse		5												56	0	2	67	P	Klausur (90 Mn.)				
B-BS-2.1	Investition und Finanzierung							2																
B-BS-2.2	Controlling							2																
B-SPM-6	Anwendungsbezogene Finanzwirtschaft des Sports			5						4					56	0	14	55	P	Klausur (90 Mn.)				
Internationalisierung in Unternehmen																								
B-BS-1	Business Communication			5						4					56	0	28	41	P	Klausur (60 Mn.) + Präsentation (10 Mn.)	je 50%			
B-GV-11	International and Intercultural Management				5										56	0	7	62	P	Referat (15 Mn.) + Handout (3-5 S.)	65% / 35%			
B-GV-11.1	International Management									2														
B-GV-11.2	Intercultural and Negotiation Competences									2														
Digitalisierung in Unternehmen																								
B-GV-12	Data Science und Data Analytics ²⁾				5					4					40	0	25	60	P	Projektbericht (10-15 S.) + Präsentation (5-10 Mn.)	65% / 35%			
B-GV-14	Digitale Transformation ¹⁾				5					0					0	0	60	65	P	Hausarbeit (12-15 S.)				
B-BW-10	Digital Entrepreneurship und Innovationen						5					2			28	0	4	93	P	Projektbericht (10-15 S.) + Präsentation (5-10 Mn.)	65% / 35%			
Praxiskompetenzen zur Führung von Sportunternehmen																								
B-GV-3	Projektmanagement und Präsentationstechniken ³⁾	5						3							30	0	20	75	P	Projektbericht (10-15 S.) + Präsentation (5-10 Mn.)	65% / 35%			
B-GV-13	Business-Planspiel				5						3				42	0	20	63	P	Portfolio				
B-GV-15	Praxisprojekt				5						1				14	0	5	106	P	Projektbericht (10-15 S.) + Präsentation (5-10 Mn.)	65% / 35%			
Rechtliche, gesamtwirtschaftliche und gesellschaftliche Rahmenbedingungen																								
B-SPM-3	Sporttourismus und Gesellschaft	5													56	0	14	55	P	Klausur (90 Mn.)				
B-SPM-3.1	Sportsoziologie und Gesellschaft							2																
B-SPM-3.2	Sport- und Gesundheitstourismus							2																
B-GV-8	Bürgerliches Recht	5						4							56	0	0	69	P	Klausur (90 Mn.)				
B-SPM-4	Sportmedien und Sportrecht		5												56	0	10	59	P	Klausur (90 Mn.)				
B-SPM-4.1	Grundlagen der Sportmedien							2																
B-SPM-4.2	Grundlagen des Sportrechts							2																
B-GV-9	Spezielles Wirtschaftsrecht		5												56	0	0	69	P	Klausur (90 Mn.)				
B-GV-9.1	Arbeitsrecht							2																
B-GV-9.2	Handels- und Gesellschaftsrecht							2																
B-GV-5	Grundzüge der Volkswirtschaftslehre		5							4					56	0	20	49	P	2 Online-Selbsttests ▶ Klausur (90 Mn.)				
B-GV-10	Wirtschaftsethik und Nachhaltigkeit ¹⁾				5										0	28	50	47	P	Klausur (90 Mn.)				
B-GV-10.1	Wirtschafts- und Unternehmensethik										1													
B-GV-10.2	Nachhaltiges Wirtschaften und CSR										1													
Anwendungsorientierte Wissenschaftsmethoden																								
B-GV-4	Wirtschaftsmathematik	5													56	0	27	42	P	2 Online-Selbsttests ▶ Klausur (90 Mn.)				
B-GV-4.1	Analysis und lineare Algebra							2																
B-GV-4.2	Finanzmathematik							2																
B-GV-6	Wissenschaftliches Arbeiten ¹⁾		5						2						0	28	50	47	P	Hausarbeit (12-15 S.)				
B-GV-7	Statistische Methoden		5												42	0	27	56	P	2 Online-Selbsttests ▶ Klausur (90 Mn.)				
B-GV-7.1	Deskriptive und induktive Statistik									3														
Wahlpflichtbereich																								
B-SPM-SP	Schwerpunkt I ⁴⁾			15						10					140	0	41	194	WP	variiert				
B-SPM-SP	Schwerpunkt II ⁴⁾				15						10				140	0	41	194	WP	variiert				
B-SPM-WPM	Wahlpflichtmodul ⁴⁾					5						1			5	12	33	75	WP	variiert				
Bachelorprüfung																								
B-SPM-BK	Bachelorkolloquium						3						1		14	0	0	61	P	Präsentation (20 Mn.)				
B-SPM-BA	Bachelorarbeit						12						0		0	0	0	300	P	Abschlussarbeit				
Summe Credit Points / SWS je Semester		30	30	30	30	30	21	20	24	18	16	6												
Summe Credit Points / SWS gesamt		180						105																
Summe Workload - Kontaktzeit und Selbststudium														1349	96	609	2446							
														4500										

Akkreditierungsbericht: Bündel Betriebswirtschaftslehre (B.A.), Immobilienwirtschaft (B.A.), Sportmanagement (B.A.), Medienmanagement und Digitales Marketing (B.A.), Wirtschaftspsychologie (B.Sc.)

Schwerpunkte im Studiengang Sportmanagement (min. 1 fachspezifischer Schwerpunkt, der zweite Schwerpunkt kann aus anderen Studiengängen gewählt werden)																								
B-SPM-SP-1 Sportmarketing																								
B-SPM-SP-1.1	Marketing im Sport: Management und Cases									5						4		56	0	7	62	WP	Klausur (90 Mn.)	
B-SPM-SP-1.2	Vermarktung von Sportligen und Sportgroßereignissen									5						4		56	0	7	62		Klausur (90 Mn.)	
B-SPM-SP-1.3	Sportsponsoring									5						2		28	0	28	69		Fallstudie (10-15 S.) + Vortrag (10-20 Mn.)	70% / 30%
B-SPM-SP-2 Sportmedien und Digitalisierung																								
B-SPM-SP-2.1	Medienkommunikation im Sport									5						4		56	0	10	59	WP	Klausur (90 Mn.)	
B-SPM-SP-2.2	Content Creation im Sport									5						2		28	0	20	77		Projektbericht (10-15 S.) + Präsentation (5-10 Mn.)	65% / 35%
B-SPM-SP-2.3	Digitale Technologien im Sport									5						4		56	0	10	59		Referat (15-20 Mn.) + Handout (3-5 S.)	65% / 35%
Wahlpflichtmodule im Studiengang Sportmanagement (1 aus 6)																								
B-WPM-1	Case Studies in Economic Policy ¹⁾									5						1		0	14	40	71	WP	Fallstudie (10 -15 S.) + Vortrag (10-20 Mn.)	70% / 30%
B-WPM-2	Emerging Technology Trends ¹⁾									5						2		0	28	17	80	WP	Klausur (90 Mn.)	
B-WPM-3	ERP-Systeme in Unternehmen ¹⁾									5						1		0	14	50	61	WP	Klausur (90 Mn.)	
B-WPM-4	Wirtschaftsinformatik ¹⁾									5						1		0	14	50	61	WP	Klausur (90 Mn.)	
B-WPM-5	Engagement als Gegenstand individueller Bildung									5						0		0	0	15	110	WP	Wissenschaftliche Ausarbeitung (10-12 S.)	
B-WPM-6	Digitales Programm- und Projektmanagement									5						2		28	0	28	69	WP	Projektbericht (10-15 S.) + Präsentation (5-10 Mn.)	65% / 35%
Übungen/Tutorien																								
B-GV-4.3	Übung Mathematik ²⁾									1														
B-GV-7.2	Übung statistische Methoden															2								
¹⁾ Reines Digitalmodul: Die Ausweisung der Module in Digitallehre entspricht dem aktuellen Planungsstand, die Zuordnung einzelner Module zu Digital- bzw. Präsenzlehre kann basierend auf im Zeitablauf gewonnenen Erfahrungen variiert werden; dabei werden maximal 30 % des Gesamtworkloads des Studiengangs in digitaler Lehre abgebildet. ²⁾ Dieses Modul erstreckt sich über 10 und nicht, wie üblich, über 14 Vorlesungswochen. ³⁾ Diese Lehrveranstaltungen finden nur alle 2 Vorlesungswochen statt. ⁴⁾ Die hier aufgeführten SWS und die Verteilung des Workloads entsprechen dem Durchschnitt der in diesem Studiengang zur Wahl stehenden Schwerpunkte/Wahlpflichtmodule. Die genaue Verteilung des Workloads je Schwerpunkt/Wahlpflichtmodul geht aus der untenstehenden Übersicht hervor.																								

Studienverlaufsplan

Sportmanagement mit Praxissemester (B.A.), PO 2021

Modul Nr.	Modul	Credit Points im Semester							SWS im Semester							Workload (in Zeitstunden)				Pflicht (P) Wahlpflicht (WP)	Voraussetzungen für die Vergabe von Credits (alle Leistungen und Prüfungsformen)	Gewichtung der Prüfungsleistungen für die Modulnote	
		1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7	synchrone Kontaktzeit physische Präsenz	Synchrone Kontaktzeit online Präsenz	angeleitetes Selbststudium	Selbststudium				
Ganzheitliche und funktionale Betrachtung von Sportunternehmen																							
B-GV-1	Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre ¹⁾	5							2							0	28	50	47	P	2 Online-Selbsttests u Klausur (90 Min.)		
B-SPM-1	Einführung in das Sportmanagement	5							4							56	0	5	64	P	Klausur (90 Min.)		
B-SPM-2	Grundlagen des sportlichen Trainings		5													42	0	14	69	P	Klausur (90 Min.)		
B-SPM-2.1	Trainings- und Bewegungslehre								2														
B-SPM-2.2	Sportphysiologie und Anatomie								1														
B-BW-1	Marketing und Marktforschung	5														56	0	2	67	P	Klausur (90 Min.)		
B-BW-1.1	Marketing								2														
B-BW-1.2	Marktforschung								2														
B-SPM-5	Organisation des Sports			5							4					56	0	7	62	P	Hausarbeit (12-15 S.)		
B-SPM-7	Entwicklung und Führung im Sport					5							2			28	0	18	79	P	Klausur (90 Min.)		
Finanzwirtschaftliche Steuerung von Sportunternehmen																							
B-GV-2	Rechnungswesen	5							4							56	0	15	54	P	2 Online-Selbsttests u Klausur (90 Min.)		
B-BS-2	Finanzwirtschaftliche Analyse		5													56	0	2	67	P	Klausur (90 Min.)		
B-BS-2.1	Investition und Finanzierung									2													
B-BS-2.2	Controlling									2													
B-SPM-6	Anwendungsbezogene Finanzwirtschaft des Sports			5							4					56	0	14	55	P	Klausur (90 Min.)		
Internationalisierung in Unternehmen																							
B-BS-1	Business Communication			5							4					56	0	28	41	P	Klausur (60 Min.) + Präsentation (10 Min.)	je 50%	
B-GV-11	International and Intercultural Management				5											56	0	7	62	P	Referat (15 Min.) + Handout (3-5 S.)	65% / 35%	
B-GV-11.1	International Management										2												
B-GV-11.2	Intercultural and Negotiation Competences										2												
Digitalisierung in Unternehmen																							
B-GV-12	Data Science and Data Analytics ²⁾				5						4					40	0	25	60	P	Projektbericht (10-15 S.) + Präsentation (5-10 Min.)	65% / 35%	
B-GV-14	Digitale Transformation ¹⁾				5						0					0	0	60	65	P	Hausarbeit (12-15 S.)		
B-BW-10	Digital Entrepreneurship und Innovationen					5						2				28	0	4	93	P	Projektbericht (10-15 S.) + Präsentation (5-10 Min.)	65% / 35%	
Praxiskompetenzen zur Führung von Sportunternehmen																							
B-GV-3	Projektmanagement und Präsentationstechniken ²⁾	5							3							30	0	20	75	P	Projektbericht (10-15 S.) + Präsentation (5-10 Min.)	65% / 35%	
B-GV-13	Business-Planspiel				5						3					42	0	20	63	P	Portfolio		
B-GV-15	Praxisprojekt				5						1					14	0	5	106	P	Projektbericht (10-15 S.) + Präsentation (5-10 Min.)	65% / 35%	
B-GV-16	Pflichtpraktikum ³⁾								30					0	0	0	0	750	P	Praktikumsbericht			
Rechtliche, gesamtwirtschaftliche und gesellschaftliche Rahmenbedingungen																							
B-SPM-3	Sporttourismus und Gesellschaft		5													56	0	14	55	P	Klausur (90 Min.)		
B-SPM-3.1	Sportsoziologie und Gesellschaft									2													
B-SPM-3.2	Sport- und Gesundheitstourismus									2													
B-GV-8	Bürgerliches Recht		5							4						56	0	0	69	P	Klausur (90 Min.)		
B-SPM-4	Sportmedien und Sportrecht			5												56	0	10	59	P	Klausur (90 Min.)		
B-SPM-4.1	Grundlagen der Sportmedien										2												
B-SPM-4.2	Grundlagen des Sportrechts										2												
B-GV-9	Spezielles Wirtschaftsrecht			5												56	0	0	69	P	Klausur (90 Min.)		
B-GV-9.1	Arbeitsrecht										2												
B-GV-9.2	Handels- und Gesellschaftsrecht										2												
B-GV-5	Grundzüge der Volkswirtschaftslehre			5							4					56	0	20	49	P	2 Online-Selbsttests u Klausur (90 Min.)		
B-GV-10	Wirtschaftsethik und Nachhaltigkeit ¹⁾				5											0	28	50	47	P	Klausur (90 Min.)		
B-GV-10.1	Wirtschafts- und Unternehmensethik											1											
B-GV-10.2	Nachhaltiges Wirtschaften und CSR											1											
Anwendungsorientierte Wissenschaftsmethoden																							
B-GV-4	Wirtschaftsmathematik	5														56	0	27	42	P	2 Online-Selbsttests u Klausur (90 Min.)		
B-GV-4.1	Analysis und lineare Algebra										2												
B-GV-4.2	Finanzmathematik										2												
B-GV-6	Wissenschaftliches Arbeiten ¹⁾			5							2					0	28	50	47	P	Hausarbeit (12-15 S.)		
B-GV-7	Statistische Methoden			5												42	0	27	56	P	2 Online-Selbsttests u Klausur (90 Min.)		
B-GV-7.1	Deskriptive und induktive Statistik											3											
Wahlpflichtbereich																							
B-SPM-SP	Schwerpunkt I ⁴⁾				15											140	0	41	194	WP	variiert		
B-SPM-SP	Schwerpunkt II ⁴⁾					15										140	0	41	194	WP	variiert		
B-SPM-WPM	Wahlpflichtmodul ⁴⁾					5						1				5	12	33	75	WP	variiert		
Bachelorprüfung																							
B-SPM-BK	Bachelorkolloquium									3						14	0	0	61	P	Präsentation (20 Min.)		
B-SPM-BA	Bachelorarbeit															0	0	0	300	P	Abschlussarbeit		
Summe Credit Points / SWS je Semester		30	30	30	30	15	45	21	20	24	18	16	5	1									
Summe Credit Points / SWS gesamt		210							105														
Summe Workload - Kontaktzeit und Selbststudium														1349	96	609	3196	5250					

Der Studiengang verbindet betriebswirtschaftliche Kenntnisse sowie spezifisches Fachwissen aus verschiedenen Anwendungs- und Funktionsbereichen des Sportmanagements, was gemäß den Angaben in der Selbstdokumentation in der Studiengangsbezeichnung „Sportmanagement“ ausgedrückt wird. Aufgrund der wirtschaftswissenschaftlichen Ausrichtung des Studiengangs mit verhältnismäßig geringen mathematisch-naturwissenschaftlichen Anteilen schließt der Studiengang mit dem Abschlussgrad „Bachelor of Arts“ ab.

Studiengang 04: Medienmanagement und Digitales Marketing (B.A.)

Sachstand

Das folgende Curriculum gibt einen Überblick über den Studienverlauf:

Studienverlaufsplan														HOCHSCHULE FREENIUS UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES HEIDELBERG							
Medienmanagement und Digitales Marketing (B.A.), PO 2021																					
Modul Nr.	Modul	Credit Points im Semester						SWS im Semester						Workload (in Zeitstunden)				Pflicht (P)	Voraussetzungen für die Vergabe von Credits (alle Leistungen und Prüfungsformen)	Gewichtung der Prüfungsleistungen für die Modulnote	
		1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6	synchrone Kontaktzeit physische Präsenz	Synchrone Kontaktzeit online Präsenz	angeleitetes Selbststudium	Selbststudium				
Management und digitale Transformation																					
B-MMDM-3	Strategisches Medienmanagement	5					4							56	0	10	59	P	Klausur (90 Min.)		
B-GV-1	Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre ¹⁾	5					2							0	28	50	47	P	2 Online-Selbsttests ► Klausur (90 Min.)		
B-GV-12	Data Science und Data Analytics ²⁾				5						4			40	0	25	60	P	Projektbericht (10-15 S.) + Präsentation (5-10 Min.) + Referat (15 Min.) + Handout (3-5 S.)	65% / 35%	
B-GV-11	International and Intercultural Management				5									56	0	7	62	P		65% / 35%	
B-GV-11.1	International Management										2										
B-GV-11.2	Intercultural and Negotiation Competences										2										
B-GV-14	Digitale Transformation ¹⁾				5						0			0	0	60	65	P	Hausarbeit (12-15 S.)		
Start-up Business und Innovationen in der digitalen Wirtschaft																					
B-GV-3	Projektmanagement und Präsentationstechniken ²⁾	5					3							30	0	20	75	P	Projektbericht (10-15 S.) + Präsentation (5-10 Min.)	65% / 35%	
B-MMDM-2	Medien- und Kommunikationspsychologie	5					4							56	0	10	59	P	Klausur (90 Min.)		
B-MMDM-4	Medienökonomie			5										56	0	10	59	P	Projektbericht (10-15 S.) + Präsentation (5-10 Min.)	65% / 35%	
B-MMDM-4.1	Theorien der Medienökonomie										2										
B-MMDM-4.2	Cases in der Medienökonomie										2										
B-GV-13	Business-Planspiel					5						3		42	0	20	63	P	Portfolio		
B-GV-15	Praxisprojekt				5							1		14	0	5	106	P	Projektbericht (10-15 S.) + Präsentation (5-10 Min.)	65% / 35%	
B-BW-10	Digital Entrepreneurship und Innovationen					5						2		28	0	4	93	P	Projektbericht (10-15 S.) + Präsentation (5-10 Min.)	65% / 35%	
Digitales Marketing und Social Media-Kommunikation																					
B-BW-1	Marketing und Marktforschung	5												56	0	2	67	P	Klausur (90 Min.)		
B-BW-1.1	Marketing									2											
B-BW-1.2	Marktforschung									2											
B-MMDM-1	Kommunikationsmanagement	5					4							56	0	16	53	P	Klausur (90 Min.)		
B-BW-4	Digitales Marketing und Online Business		5											56	0	0	69	P	Klausur (90 Min.)		
B-BW-4.1	Online Business und E-Commerce									2											
B-BW-4.2	Digitales Marketing									2											
B-MS-2	Social Media- und Content-Marketing			5							4			56	0	7	62	P	Klausur (90 Min.)		
B-MMDM-6	Case Study: Angewandtes Digitales Marketing					5						2		28	0	21	76	P	3 Präsentationen (10-15 Min.)	je 1/3	
Entwicklung von Film, Video und Online-Medien																					
B-MS-1	Medienpraxis		5											56	0	0	69	P	Projektbericht (10-15 S.) + Präsentation (5-10 Min.)	65% / 35%	
B-MS-1.1	Video und Film									2											
B-MS-1.2	Online									2											
B-MS-3	Digitales Recht			5							4			56	0	3	66	P	Klausur (90 Min.)		
B-MMDM-5	Digitales Produktmanagement		5								4			56	0	15	54	P	Fallstudie (10-15 S.) + Vortrag (10-20 Min.)	70% / 30%	
Rechtliche, gesamtwirtschaftliche und gesellschaftliche Rahmenbedingungen																					
B-GV-8	Bürgerliches Recht		5							4				56	0	0	69	P	Klausur (90 Min.)		
B-GV-5	Grundzüge der Volkswirtschaftslehre			5							4			56	0	20	49	P	2 Online-Selbsttests ► Klausur (90 Min.)		
B-GV-9	Spezielles Wirtschaftsrecht			5										56	0	0	69	P	Klausur (90 Min.)		
B-GV-9.1	Arbeitsrecht										2										
B-GV-9.2	Handels- und Gesellschaftsrecht										2										
B-GV-10	Wirtschaftsethik und Nachhaltigkeit ¹⁾					5								0	28	50	47	P	Klausur (90 Min.)		
B-GV-10.1	Wirtschafts- und Unternehmensethik												1								
B-GV-10.2	Nachhaltiges Wirtschaften und CSR											1									
Anwendungsorientierte Wissenschaftsmethoden																					
B-GV-6	Wissenschaftliches Arbeiten ¹⁾		5							2				0	28	50	47	P	Hausarbeit (12-15 S.)		
B-GV-7	Statistische Methoden		5											42	0	27	56	P	2 Online-Selbsttests ► Klausur (90 Min.)		
B-GV-7.1	Deskriptive und induktive Statistik										3										
B-BW-8	Empirische Forschungsmethoden ²⁾			5							4			40	0	20	65	P	Portfolio		
Wahlpflichtbereich																					
B-MMDM-SP	Schwerpunkt I ³⁾				15						10			138	2	19	216	WP	variiert		
B-MMDM-SP	Schwerpunkt II ³⁾					15						10		140	0	60	175	WP	variiert		
B-MMDM-WPM	Wahlpflichtmodul ³⁾						5					1		5	12	33	75	WP	variiert		
Bachelorprüfung																					
B-MMDM-BK	Bachelorkolloquium						3						1	14	0	0	61	P	Präsentation (20 Min.)		
B-MMDM-BA	Bachelorarbeit						12						0	0	0	0	300	P	Abschlussarbeit		
Summe Credit Points / SWS je Semester		30	30	30	30	30	30	21	21	24	18	16	6								
Summe Credit Points / SWS gesamt		180						196													
Summe Workload - Kontaktzeit und Selbststudium														1345	98	564	2493				
4500																					

Akkreditierungsbericht: Bündel Betriebswirtschaftslehre (B.A.), Immobilienwirtschaft (B.A.), Sportmanagement (B.A.), Medienmanagement und Digitales Marketing (B.A.), Wirtschaftspsychologie (B.Sc.)

Schwerpunkte im Studiengang Medienmanagement und Digitales Marketing (min. 1 fachspezifischer Schwerpunkt, der zweite Schwerpunkt kann aus anderen Studiengängen gewählt werden)																					
B-MMDM-SP-1 Film- und Videoproduktion																					
B-MMDM-SP-1.1	Non-Fiction - Kommerzielle Formate									5				2	28	0	0	97	WP	Praktische Arbeit	
B-MMDM-SP-1.2	Storytelling und Dramaturgie									5				4	54	2	5	64		Präsentation (10-20 Mn.)	
B-MMDM-SP-1.3	Produktionsmanagement									5				4	56	0	14	55		Projektbericht (10-15 S.) + Präsentation (5-10 Mn.)	65% / 35%
B-MMDM-SP-2 Digital und Social Media-Management																					
B-MMDM-SP-2.2	Digitale Geschäftsmodelle									5				4	56	0	14	55	WP	Klausur (90 Mn.)	
B-MMDM-SP-2.3	Angewandte Technologien zur Digitalen Transformation									5				2	28	0	18	79		3 Präsentationen (10-15 Mn.)	je 1/3
B-MMDM-SP-2.4	Social Media-Kampagnenmanagement									5				4	56	0	28	41		3 Präsentationen (10-15 Mn.)	je 1/3
B-MMDM-SP-3 Eventmanagement																					
B-MMDM-SP-3.1	Strategisches und konzeptionelles Eventmanagement									5				4	56	0	10	59	WP	Klausur (90 Mn.)	
B-MMDM-SP-3.2	Operatives Eventmanagement									5				2	28	0	18	79		Referat (15 Mn.)	
B-MMDM-SP-3.3	Eventmärkte									5				4	56	0	10	59		Hausarbeit (12-15 S.)	
B-MMDM-SP-4 Unternehmenskommunikation und Agenturmanagement																					
B-MMDM-SP-4.1	Unternehmenskommunikation									5				4	56	0	10	59	WP	Hausarbeit (12-15 S.)	
B-MMDM-SP-4.2	Agenturmanagement und -steuerung									5				4	56	0	10	59		Hausarbeit (12-15 S.)	
B-MMDM-SP-4.3	Kommunikationsmanagement, Werbung, Mediaplanung									5				2	28	0	14	83		Projektbericht (10-15 S.) + Präsentation (5-10 Mn.)	65% / 35%
Wahlpflichtmodule im Studiengang Medienmanagement und Digitales Marketing (1 aus 6)																					
B-WPM-1	Case Studies in Economic Policy ¹⁾									5				1	0	14	40	71	WP	Fallstudie (10-15 S.) + Vortrag (10-20 Mn.)	70% / 30%
B-WPM-2	Emerging Technology Trends ¹⁾									5				2	0	28	17	80	WP	Klausur (90 Mn.)	
B-WPM-3	ERP-Systeme in Unternehmen ¹⁾									5				1	0	14	50	61	WP	Klausur (90 Mn.)	
B-WPM-4	Wirtschaftsinformatik ¹⁾									5				1	0	14	50	61	WP	Klausur (90 Mn.)	
B-WPM-5	Engagement als Gegenstand individueller Bildung									5				0	0	0	15	110	WP	Wissenschaftliche Ausarbeitung (10-12 S.)	
B-WPM-6	Digitales Programm- und Projektmanagement									5				2	28	0	28	69	WP	Projektbericht (10-15 S.) + Präsentation (5-10 Mn.)	65% / 35%
Übungen/Tutorien																					
B-GV-7.2	Übung statistische Methoden													2							
¹⁾ Reines Digitalmodul: Die Ausweisung der Module in Digitallehre entspricht dem aktuellen Planungsstand, die Zuordnung einzelner Module zu Digital- bzw. Präsenzzehre kann basierend auf im Zeitablauf gewonnenen Erfahrungen variiert werden; dabei werden maximal 30 % des Gesamtworkloads des Studiengangs in digitaler Lehre abgebildet. ²⁾ Dieses Modul erstreckt sich über 10 und nicht, wie üblich, über 14 Vorlesungswochen. ³⁾ Die hier aufgeführten SWS und die Verteilung des Workloads entspricht dem Durchschnitt der in diesem Studiengang zur Wahl stehenden Schwerpunkte/Wahlpflichtmodule. Die genaue Verteilung des Workloads je Schwerpunkt/Wahlpflichtmodul geht aus der untenstehenden Übersicht hervor.																					

Studienverlaufsplan

Medienmanagement und Digitales Marketing mit Praxissemester (B.A.), PO 2021

Modul Nr.	Modul	Credit Points im Semester							SWS im Semester							Workload (in Zeitstunden)				Pflicht (P)	Voraussetzungen für die Vergabe von Credits (alle Leistungen und Prüfungsformen)	Gewichtung der Prüfungsleistungen für die Modulnote	
		1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7	synchrone Kontaktzeit physische Präsenz	synchrone Kontaktzeit online Präsenz	angeleitetes Selbststudium	Selbststudium				
Management und digitale Transformation																							
B-MMDM-3	Strategisches Medienmanagement	5						4								56	0	10	59	P	Klausur (90 Mn.)		
B-GV-1	Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre ¹⁾	5						2								0	28	50	47	P	2 Online-Selbsttests Klausur (90 Mn.)		
B-GV-12	Data Science und Data Analytics ²⁾			5							4				40	0	25	60	P	Projektbericht (10-15 S.) + Präsentation (5-10 Min.)	65% / 35%		
B-GV-11	International and Intercultural Management			5											56	0	7	62	P	Referat (15 Mn.) + Handout (3-5 S.)	65% / 35%		
B-GV-11.1	International Management									2													
B-GV-11.2	Intercultural and Negotiation Competences									2													
B-GV-14	Digitale Transformation ¹⁾			5							0				0	0	60	65	P	Hausarbeit (12-15 S.)			
Start-up Business und Innovationen in der digitalen Wirtschaft																							
B-GV-3	Projektmanagement und Präsentationstechniken ²⁾	5						3							30	0	20	75	P	Projektbericht (10-15 S.) + Präsentation (5-10 Min.)	65% / 35%		
B-MMDM-2	Medien- und Kommunikationspsychologie	5						4							56	0	10	59	P	Klausur (90 Mn.)			
B-MMDM-4	Medienökonomie		5												56	0	10	59	P	Projektbericht (10-15 S.) + Präsentation (5-10 Min.)	65% / 35%		
B-MMDM-4.1	Theorien der Medienökonomie									2													
B-MMDM-4.2	Cases in der Medienökonomie									2													
B-GV-13	Business-Planspiel				5							3			42	0	20	63	P	Portfolio			
B-GV-15	Praxisprojekt			5								1			14	0	5	106	P	Projektbericht (10-15 S.) + Präsentation (5-10 Min.)	65% / 35%		
B-BW-10	Digital Entrepreneurship und Innovationen					5							2		28	0	4	93	P	Projektbericht (10-15 S.) + Präsentation (5-10 Min.)	65% / 35%		
B-GV-16	Pflichtpraktikum ⁴⁾						30							0	0	0	0	750	P	Praktikumsbericht			
Digitales Marketing und Social Media-Kommunikation																							
B-BW-1	Marketing und Marktforschung	5													56	0	2	67	P	Klausur (90 Mn.)			
B-BW-1.1	Marketing									2													
B-BW-1.2	Marktforschung									2													
B-MMDM-1	Kommunikationsmanagement	5						4							56	0	16	53	P	Klausur (90 Mn.)			
B-BW-4	Digitales Marketing und Online Business		5												56	0	0	69	P	Klausur (90 Mn.)			
B-BW-4.1	Online Business und E-Commerce										2												
B-BW-4.2	Digitales Marketing										2												
B-MS-2	Social Media- und Content-Marketing			5								4			56	0	7	62	P	Klausur (90 Mn.)			
B-MMDM-6	Case Study: Angewandtes Digitales Marketing					5							2		28	0	21	76	P	3 Präsentationen (10-15 Min.)	je 1/3		
Entwicklung von Film, Video und Online-Medien																							
B-MS-1	Medienpraxis	5													56	0	0	69	P	Projektbericht (10-15 S.) + Präsentation (5-10 Min.)	65% / 35%		
B-MS-1.1	Video und Film									2													
B-MS-1.2	Online									2													
B-MS-3	Digitales Recht			5							4				56	0	3	66	P	Klausur (90 Mn.)			
B-MMDM-5	Digitales Produktmanagement	5								4					56	0	15	54	P	Fallstudie (10-15 S.) + Vortrag (10-20 Mn.)	70% / 30%		
Rechtliche, gesamtwirtschaftliche und gesellschaftliche Rahmenbedingungen																							
B-GV-8	Bürgerliches Recht	5								4					56	0	0	69	P	Klausur (90 Mn.)			
B-GV-5	Grundzüge der Volkswirtschaftslehre		5								4				56	0	20	49	P	2 Online-Selbsttests Klausur (90 Mn.)			
B-GV-9	Spezielles Wirtschaftsrecht		5												56	0	0	69	P	Klausur (90 Mn.)			
B-GV-9.1	Arbeitsrecht										2												
B-GV-9.2	Handels- und Gesellschaftsrecht										2												
B-GV-10	Wirtschaftsethik und Nachhaltigkeit ¹⁾				5										0	28	50	47	P	Klausur (90 Mn.)			
B-GV-10.1	Wirtschafts- und Unternehmensethik												1										
B-GV-10.2	Nachhaltiges Wirtschaften und CSR												1										
Anwendungsorientierte Wissenschaftsmethoden																							
B-GV-6	Wissenschaftliches Arbeiten ¹⁾	5								2					0	28	50	47	P	Hausarbeit (12-15 S.)			
B-GV-7	Statistische Methoden	5													42	0	27	56	P	2 Online-Selbsttests Klausur (90 Mn.)			
B-GV-7.1	Deskriptive und induktive Statistik										3												
B-BW-8	Empirische Forschungsmethoden ²⁾			5							4				40	0	20	65	P	Portfolio			
Wahlpflichtbereich																							
B-MMDM-SP	Schwerpunkt I ³⁾			15							10				138	2	19	216	WP	variiert			
B-MMDM-SP	Schwerpunkt II ³⁾				15							10			140	0	60	175	WP	variiert			
B-MMDM-WPM	Wahlpflichtmodul ³⁾					5						1			5	12	33	75	WP	variiert			
Bachelorprüfung																							
B-MMDM-BK	Bachelorkolloquium							3						1	14	0	0	61	P	Präsentation (20 Mn.)			
B-MMDM-BA	Bachelorarbeit							12						0	0	0	0	300	P	Abschlussarbeit			
Summe Credit Points / SWS je Semester		30	30	30	30	15	45		21	21	24	18	16	5	1								
Summe Credit Points / SWS gesamt		210							106														
Summe Workload - Kontaktzeit und Selbststudium																1345	98	564	3243				
5250																							

Schwerpunkte im Studiengang Medienmanagement und Digitales Marketing (min. 1 fachspezifischer Schwerpunkt, der zweite Schwerpunkt kann aus anderen Studiengängen gewählt werden)																							
B-MMDM-SP-1 Film- und Videoproduktion																							
B-MMDM-SP-1.1	Non-Fiction - Kommerzielle Formate																28	0	0	97	Praktische Arbeit Präsentation (10-20 Min.) Projektbericht (10-15 S.) + Präsentation (5-10 Min.)	65% / 35%	
B-MMDM-SP-1.2	Storytelling und Dramaturgie															54	2	5	64				
B-MMDM-SP-1.3	Produktionsmanagement															56	0	14	55				
B-MMDM-SP-2 Digital und Social Media-Management																							
B-MMDM-SP-2.2	Digitale Geschäftsmodelle															56	0	14	55	WP	Klausur (90 Mn.) 3 Präsentationen (10-15 Mn.) 3 Präsentationen (10-15 Mn.)	je 1/3 je 1/3	
B-MMDM-SP-2.3	Angewandte Technologien zur Digitalen Transformation														28	0	18	79					
B-MMDM-SP-2.4	Social Media-Kampagnenmanagement														56	0	28	41					
B-MMDM-SP-3 Eventmanagement																							
B-MMDM-SP-3.1	Strategisches und konzeptionelles Eventmanagement															56	0	10	59	WP	Klausur (90 Mn.) Referat (15 Mn.) Hausarbeit (12-15 S.)		
B-MMDM-SP-3.2	Operatives Eventmanagement														28	0	18	79					
B-MMDM-SP-3.3	Eventmärkte														56	0	10	59					
B-MMDM-SP-4 Unternehmenskommunikation und Agenturmanagement																							
B-MMDM-SP-4.1	Unternehmenskommunikation															56	0	10	59	WP	Hausarbeit (12-15 S.) Hausarbeit (12-15 S.) Projektbericht (10-15 S.) + Präsentation (5-10 Min.)	65% / 35%	
B-MMDM-SP-4.2	Agenturmanagement und -steuerung														56	0	10	59					
B-MMDM-SP-4.3	Kommunikationsmanagement, Werbung, Mediaplanung														28	0	14	83					
Wahlpflichtmodule im Studiengang Medienmanagement und Digitales Marketing (1 aus 6)																							
B-WPM-1	Case Studies in Economic Policy ¹⁾															1	0	14	40	71	WP	Fallstudie (10 -15 S.) + Vortrag (10-20 Mn.)	70% / 30%
B-WPM-2	Emerging Technology Trends ¹⁾															2	0	28	17	80	WP	Klausur (90 Mn.)	
B-WPM-3	ERP-Systeme in Unternehmen ¹⁾															1	0	14	50	61	WP	Klausur (90 Mn.)	
B-WPM-4	Wirtschaftsinformatik ¹⁾															1	0	14	50	61	WP	Klausur (90 Mn.)	
B-WPM-5	Engagement als Gegenstand individueller Bildung															0	0	0	15	110	WP	Wissenschaftliche Ausarbeitung (10-12 S.)	
B-WPM-6	Digitales Programm- und Projektmanagement															2	28	0	28	69	WP	Projektbericht (10-15 S.) + Präsentation (5-10 Min.)	65% / 35%
Übungen/tutorien																							
B-GV7.2	Übung statistische Methoden															2							

¹⁾ Reines Digitalmodul: Die Ausweisung der Module in Digitallehre entspricht dem aktuellen Planungsstand, die Zuordnung einzelner Module zu Digital- bzw. Präsenzlehre kann basierend auf im Zeitablauf gewonnenen Erfahrungen variiert werden; dabei werden maximal 30 % des Gesamtworkloads des Studiengangs in digitaler Lehre abgebildet.
²⁾ Dieses Modul erstreckt sich über 10 und nicht, wie üblich, über 14 Vorlesungswochen.
³⁾ Die hier aufgeführten SWS und die Verteilung des Workloads entsprechen dem Durchschnitt der in diesem Studiengang zur Wahl stehenden Schwerpunkte/Wahlpflichtmodule. Die genaue Verteilung des Workloads je Schwerpunkt/Wahlpflichtmodul geht aus der untenstehenden Übersicht hervor.
⁴⁾ Das Pflichtpraktikum beginnt ab der zweiten Semesterhälfte des sechsten Semesters und endet am Ende der ersten Semesterhälfte des siebten Semesters. Der Workload verteilt sich entsprechend, die Credit Points fließen jedoch erst im siebten Semester ein.

Auch in diesem Studiengang werden fachbezogene Themen der Mathematik, Rechnungswesen, Statistik, Managementaspekte und Wirtschaftsenglisch behandelt. Darüber hinaus erhalten die Studierenden einen Überblick über die verschiedenen Anwendungsfelder des Medien- und des Kommunikationsmanagements. Sie erwerben als fachliche Basis Kenntnisse der Medien- und Kommunikationspsychologie und beschäftigen sich mit der Wirkungsanalyse von Medien- und Kommunikationsinstrumenten. Die erworbenen allgemeinen Kenntnisse des Marketings/der Marktforschung werden in entsprechenden Fachmodulen auf das digitale Marketing transferiert. Im Modul „Projektmanagement und Präsentationstechniken“ lernen die Studierenden, Projekte zu planen, durchzuführen sowie Projektergebnisse zu präsentieren. Sie lernen Prozessschritte der Produktion von audiovisuellen und Online-Medien kennen und erweitern ihre Marketingkenntnisse im Modul „Digitales Marketing und Online Business“. Juristisches Grundlagenwissen des bürgerlichen Rechts wird in den Modulen „Spezielles Wirtschaftsrecht“ und „Digitales Recht“ fachspezifisch erweitert. Erste wissenschaftsmethodisch-empirische Methoden erlernen die Studierenden im Modul „Wissenschaftliches Arbeiten“, in dem der Fokus primär auf der Anfertigung wissenschaftlicher Arbeiten liegt, und im Modul „Statistische Methoden“. Die so erworbenen Fähigkeiten werden im Modul „Empirische Forschungsmethoden“ zusammengeführt. Im fachspezifischen Modul „Social-Media- und Content-Marketing“ wird das Wissen im Bereich Marketing und Marktforschung vertieft und auf den Bereich der Social-Media-Plattformen übertragen. Mit den Kenntnissen im Prozessmanagement übertragen die Studierenden die Prozessschritte auf die Entwicklung von Online-Medien und digitalem Content. Mit zwei von vier Wahlpflichtschwerpunkten, gemeinsam mit dem Business-Planspiel und dem Praxisprojekt soll ermöglicht werden, das Erlernte aus der Betriebswirtschaftslehre und dem Medienmanagement und Digitalem Marketing zu vertiefen. Angeboten werden die Themen

„Film- und Videoproduktion“, „Digital- und Social Media-Management“, „Eventmanagement“ und „Unternehmenskommunikation und Agenturmanagement“. Im sechsten Semester absolvieren die Studierenden zwei weitere betriebs- und medienwirtschaftliche Module „Digital Entrepreneurship und Innovation“ und „Case Study: Angewandtes Digitales Marketing“ zur Vertiefung und Verbreiterung ihrer Kompetenzen im Medien- und Marketingmanagement sowie ein Wahlpflichtmodul zur Erweiterung ihres individuellen Kompetenzprofils, bevor sie mit der Bachelorarbeit sowie einem begleitenden Bachelorkolloquium abschließen.

Im Rahmen der Reakkreditierung wurde der Anteil an Modulen mit Ausrichtung auf Themen der Digitalisierung, der Social Media und des Marketings erhöht. Insgesamt umfassen die Module, die im Pflichtbereich dem Themengebiet Marketing zuzuordnen sind, nun 20 ECTS-Leistungspunkte, denen 10 ECTS-Leistungspunkte im Bereich Kommunikationsmanagement gegenüberstehen. Um der neuen Ausrichtung des Studiengangs gerecht zu werden, wurde gemäß den Angaben im Selbstbericht die ursprüngliche Studiengangsbezeichnung „Medien- und Kommunikationsmanagement“ ersetzt durch die neue Studiengangsbezeichnung „Medienmanagement und Digitales Marketing“.

Aufgrund der generell wirtschaftswissenschaftlichen Ausrichtung des Studiengangs wurde die Abschlussbezeichnung „Bachelor of Arts“ gewählt.

Studiengang 05: Wirtschaftspsychologie (B.Sc.)

Sachstand

Das nachfolgende Curriculum gibt den Studienverlauf wider:

Studienverlaufsplan

Wirtschaftspsychologie (B.Sc.), PO 2021

Modul Nr.	Modul	Credit Points im Semester					SWS im Semester					Workload (in Zeitstunden)				Pflicht (P)	Voraussetzungen für die Vergabe von Credits (alle Leistungen und Prüfungsformen)	Gewichtung der Prüfungsleistungen für die Modulnote																																						
		1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6	synchrone Kontaktzeit physische Präsenz	Synchrone Kontaktzeit online Präsenz				angeleitetes Selbststudium	Selbststudium																																				
Management und Recht																																																								
B-GV-1	Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre ¹⁾	5					2						0	28	50	47	P	2 Online-Selbsttests ▶ Klausur (90 Mn.)																																						
B-GV-2	Rechnungswesen	5					4						56	0	15	54	P	2 Online-Selbsttests ▶ Klausur (90 Mn.)																																						
B-WP-10	Bürgerliches Recht und Arbeitsrecht		5									70	0	0	55		Klausur (90 Mn.)																																							
B-WP-10.1	Bürgerliches Recht							4																																																
B-WP-10.2	Arbeitsrecht ⁴⁾							1																																																
B-GV-11	International and Intercultural Management			5								56	0	7	62	P	Referat (15 Mn.) + Handout (3-5 S.)	65% / 35%																																						
B-GV-11.1	International Management								2																																															
B-GV-11.2	Intercultural and Negotiation Competences								2																																															
B-GV-10	Wirtschaftsethik und Nachhaltigkeit			5								0	28	50	47	P	Klausur (90 Mn.)																																							
B-GV-10.1	Wirtschafts- und Unternehmensethik									1																																														
B-GV-10.2	Nachhaltiges Wirtschaften und CSR									1																																														
Wirtschaftspsychologie und Psychologie																																																								
B-WP-1	Wirtschaftspsychologie	6					4					56	0	14	80	P	Klausur (90 Mn.)																																							
B-P-5.1	Allgemeine Psychologie I	8					4					56	0	42	102	P	Klausur (120 Mn.)																																							
B-P-5.2	Allgemeine Psychologie II		8					4				56	0	42	102	P	Klausur (120 Mn.)																																							
B-WP-2	Sozialpsychologie		6					4				56	0	28	66	P	Klausur (90 Mn.)																																							
B-WP-4	Persönlichkeits- und Differenzielle Psychologie			6					4			56	0	14	80	P	Portfolio																																							
B-WP-5	Klinische Psychologie im Arbeitsleben			5						4		56	0	14	55	P	Klausur (90 Mn.)																																							
B-P-4.1	Grundlagen der Testtheorie und der psychologischen Diagnostik			8						4		56	0	21	123	P	Klausur (120 Mn.)																																							
B-WP-9	Biologische Psychologie				6						4	56	0	21	73	P	Klausur (90 Mn.)																																							
B-WP-7	Entwicklungspsychologie					6					4	56	0	14	80	P	Klausur (90 Mn.)																																							
Statistik und Forschungsmethoden																																																								
B-P-2.1	Statistik I	6					3					42	0	40	68	P	Klausur (90 Mn.)																																							
B-P-2.2	Statistik II		6					3				42	0	40	68	P	Klausur (90 Mn.)																																							
B-WP-3	Forschungsmethoden I		5									28	0	20	77	P	Portfolio																																							
B-WP-3.1	Quantitative und qualitative Methoden								2																																															
B-GV-6	Wissenschaftliches Arbeiten ¹⁾		5						2			0	28	50	47	P	Hausarbeit (12-15 S.)																																							
B-WP-6	Empirisches Forschungsprojekt			5						1		14	0	5	106	P	Projektbericht (10-15 S.) + Präsentation (5-10 Mn.)	65% / 35%																																						
B-GV-12	Data Science und Data Analytics ²⁾				5						4	40	0	25	60	P	Projektbericht (10-15 S.) + Präsentation (5-10 Mn.)	65% / 35%																																						
B-WP-8	Forschungsmethoden II					7					4	56	0	41	78	P	Präsentation (10-15 Mn.)																																							
Berufliche Professionalisierung																																																								
B-WP-11	Kommunikationspsychologie			5						2		28	0	28	69	P	Präsentation (10-15 Mn.)																																							
B-GV-15	Praxisprojekt				5						1	14	0	5	106	P	Projektbericht (10-15 S.) + Präsentation (5-10 Mn.)	65% / 35%																																						
Wahlpflichtbereich																																																								
B-WP-SP	Schwerpunkt I ³⁾			15						10		140	0	34	201	WP	variiert																																							
B-WP-SP	Schwerpunkt II ³⁾				15						10	140	0	34	201	WP	variiert																																							
B-WP-WPM	Wahlpflichtmodul ³⁾					5					1	6	11	32	76	WP	variiert																																							
Bachelorprüfung																																																								
B-WP-BA	Bachelorarbeit						12					0	0	0	300	P	Abschlussarbeit																																							
Summe Credit Points / SWS je Semester		30	30	34	25	31	30	17	15	20	18	17	9																																											
Summe Credit Points / SWS gesamt		180											96																																											
Summe Workload - Kontaktzeit und Selbststudium													1236											95											686											2483										
Schwerpunkte im Studiengang Wirtschaftspsychologie (min. 1 fachspezifischer Schwerpunkt, der zweite Schwerpunkt kann aus anderen Studiengängen gewählt werden)																																																								
B-WP-SP-1 Personalpsychologie																																																								
B-WP-SP-1.1	Personalmarketing und Recruiting				5						2	28	0	14	83	WP	Fallstudie (10-15 S.) + Vortrag (10-20 Mn.) Klausur (90 Mn.)	70% / 30%																																						
B-WP-SP-1.2	Personaldiagnostik				5						4	56	0	14	55																																									
B-WP-SP-1.3	Personalentwicklung und Personalbeurteilung				5						4	56	0	14	55																																									
B-WP-SP-2 Arbeitspsychologie und Digitalisierung																																																								
B-WP-SP-2.1	Psychologie der Arbeit und neuer Arbeitsformen				5						4	56	0	7	62	WP	Präsentation (10-15 Mn.) Klausur (90 Mn.)	Hausarbeit (12-15 S.)																																						
B-WP-SP-2.2	Digital Leadership und Collaboration				5						4	56	0	7	62																																									
B-WP-SP-2.3	Psychologie und Technik				5						2	28	0	14	83																																									
B-WP-SP-3 Organisationspsychologie																																																								
B-WP-SP-3.1	Diagnostik und Intervention in Organisationen				5						4	56	0	7	62	WP	Klausur (90 Mn.) Hausarbeit (12-15 S.)	Portfolio																																						
B-WP-SP-3.2	Unternehmensorganisation und Consulting				5						2	28	0	18	79																																									
B-WP-SP-3.3	Coaching und Systemische Beratung				5						4	56	0	7	62																																									
B-WP-SP-4 Markt-, Werbe- und Medienpsychologie																																																								
B-WP-SP-4.1	Markt- und Werbepsychologie				5						4	56	0	14	55	WP	Klausur (90 Mn.) Hausarbeit (12-15 S.)	Klausur (90 Mn.)																																						
B-WP-SP-4.2	Medienpsychologie				5						2	28	0	28	69																																									
B-WP-SP-4.3	Methoden der psychologischen Marktforschung				5						4	56	0	14	55																																									
Wahlpflichtmodule im Studiengang Wirtschaftspsychologie (1 aus 6)																																																								
B-WPM-2	Emerging Technology Trends ¹⁾					5					2	0	28	17	80	WP	Klausur (90 Mn.)																																							
B-WPM-3	ERP-Systeme in Unternehmen ¹⁾					5					1	0	14	50	61	WP	Klausur (90 Mn.)																																							
B-WPM-4	Wirtschaftsinformatik ¹⁾					5					1	0	14	50	61	WP	Klausur (90 Mn.)																																							
B-WPM-5	Engagement als Gegenstand individueller Bildung					5					0	0	0	15	110	WP	Wissenschaftliche Ausarbeitung (10-12 S.)																																							
B-WPM-6	Digitales Programm- und Projektmanagement				5						2	28	0	28	69	WP	Projektbericht (10-15 S.) + Präsentation (5-10 Mn.)	65% / 35%																																						
B-WPM-7	Diagnostische Verfahren ¹⁾					6					4	56	0	0	94	WP	Hausarbeit (12-20 S.)																																							
Übungen/Tutorien																																																								
B-P-2.1-Ü	Übung Statistik I									2																																														
B-P-2.2-Ü	Übung Statistik II										2																																													
B-WP-3.2	Übung zu R / SPSS und Forschungsmethoden										2																																													

¹⁾ Reines Digitalmodul: Die Ausweisung der Module in Digitallehre entspricht dem aktuellen Planungsstand, die Zuordnung einzelner Module zu Digital- bzw. Präsenzlehre kann basierend auf dem Zeitablauf gewonnenen Erfahrungen variiert werden; dabei werden maximal 30 % des Gesamtworkloads des Studiengangs in digitaler Lehre abgebildet.
²⁾ Dieses Modul erstreckt sich über 10 und nicht, wie üblich, über 14 Vorlesungswochen.
³⁾ Dieses Modul entstammt aus dem Studiengang Psychologie, B.Sc. und umfasst einen Arbeitsaufwand von 6 Credit Points. Bei Wahl dieses Moduls können den Studierenden dennoch nur 5 Credit Points gutgeschrieben werden.
⁴⁾ Diese Lehrveranstaltungen finden nur alle 2 Vorlesungswochen statt.
⁵⁾ Die hier aufgeführten SWS und die Verteilung des Workloads entsprechen dem Durchschnitt der in diesem Studiengang zur Wahl stehenden Schwerpunkte/Wahlpflichtmodule. Die genaue Verteilung des Workloads je Schwerpunkt/Wahlpflichtmodul geht aus der untenstehenden Übersicht hervor.
* Studierende des Studiengangs Wirtschaftspsychologie (B.Sc.) können als zweiten Schwerpunkt neben einem Schwerpunkt der übrigen Verbund-Studiengänge auch aus folgenden Schwerpunkten des Studiengangs Psychologie (B.Sc.) wählen: Pädagogische und Bildungspsychologie, Gesundheitspsychologie, Klinische Psychologie, Sportpsychologie.

Studienverlaufsplan

Wirtschaftspsychologie mit Praxissemester (B.Sc.), PO 2021

Modul Nr.	Modul	Credit Points im Semester						SWS im Semester						Workload (in Zeitstunden)				Pflicht (P)	Voraussetzungen für die Vergabe von Credits (alle Leistungen und Prüfungsformen)	Gewichtung der Prüfungsleistungen für die Modulnote	
		1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7	synchrone Kontaktzeit physische Präsenz	synchrone Kontaktzeit online Präsenz				angeleitetes Selbststudium
Management und Recht																					
B-GV-1	Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre ¹⁾	5						2							0	28	50	47	P	2 Online-Selbsttests ▶ Klausur (90 Min.)	
B-GV-2	Rechnungswesen	5						4							56	0	15	54	P	2 Online-Selbsttests ▶ Klausur (90 Min.)	
B-WP-10	Bürgerliches Recht und Arbeitsrecht		5												70	0	0	55		Klausur (90 Min.)	
B-WP-10.1	Bürgerliches Recht								4												
B-WP-10.2	Arbeitsrecht ⁶⁾								1												
B-GV-11	International and Intercultural Management			5											56	0	7	62	P	Referat (15 Min.) + Handout (3-5 S.)	65% / 35%
B-GV-11.1	International Management								2												
B-GV-11.2	Intercultural and Negotiation Competences								2												
B-GV-10	Wirtschaftsethik und Nachhaltigkeit ¹⁾				5										0	28	50	47	P	Klausur (90 Min.)	
B-GV-10.1	Wirtschafts- und Unternehmensethik									1											
B-GV-10.2	Nachhaltiges Wirtschaften und CSR									1											
Wirtschaftspsychologie und Psychologie																					
B-WP-1	Wirtschaftspsychologie	6						4							56	0	14	80	P	Klausur (90 Min.)	
B-P-5.1	Allgemeine Psychologie I	8						4							56	0	42	102	P	Klausur (120 Min.)	
B-P-5.2	Allgemeine Psychologie II		8						4						56	0	42	102	P	Klausur (120 Min.)	
B-WP-2	Sozialpsychologie		6						4						56	0	28	66	P	Klausur (90 Min.)	
B-WP-4	Persönlichkeits- und Differenzielle Psychologie			6					4						56	0	14	80	P	Portfolio	
B-WP-5	Klinische Psychologie im Arbeitsleben			5					4						56	0	14	55	P	Klausur (90 Min.)	
B-P-4.1	Grundlagen der Testtheorie und der psychologischen Diagnostik			8					4						56	0	21	123	P	Klausur (120 Min.)	
B-WP-9	Biologische Psychologie				6					4					56	0	21	73	P	Klausur (90 Min.)	
B-WP-7	Entwicklungspsychologie					6					4				56	0	14	80	P	Klausur (90 Min.)	
Statistik und Forschungsmethoden																					
B-P-2.1	Statistik I	6						3							42	0	40	68	P	Klausur (90 Min.)	
B-P-2.2	Statistik II		6						3						42	0	40	68	P	Klausur (90 Min.)	
B-WP-3	Forschungsmethoden I		5							2					28	0	20	77	P	Portfolio	
B-WP-3.1	Quantitative und qualitative Methoden									2											
B-GV-6	Wissenschaftliches Arbeiten ¹⁾		5							2					0	28	50	47	P	Hausarbeit (12-15 S.)	
B-PS-5	Empirisches Forschungsprojekt			5						1					14	0	5	106	P	Projektbericht (10-15 S.) + Präsentation (5-10 Min.)	65% / 35%
B-GV-12	Data Science und Data Analytics ²⁾				5					4					40	0	25	60	P	Projektbericht (10-15 S.) + Präsentation (5-10 Min.)	65% / 35%
B-WP-8	Forschungsmethoden II					7						4			56	0	41	78	P	Präsentation (10-15 Min.)	
Berufliche Professionalisierung																					
B-WP-11	Kommunikationspsychologie			5					2						28	0	28	69	P	Präsentation (10-15 Min.)	
B-GV-15	Praxisprojekt				5					1					14	0	5	106	P	Projektbericht (10-15 S.) + Präsentation (5-10 Min.)	65% / 35%
B-GV-16 ⁷⁾	Pflichtpraktikum ⁸⁾					30						0			0	0	0	750	P	Praktikumsbericht	
Wahlpflichtbereich																					
B-WP-SP	Schwerpunkt I ⁹⁾			15					10						140	0	34	201	WP	variiert	
B-WP-SP	Schwerpunkt II ⁹⁾				15					10					140	0	34	201	WP	variiert	
B-WP-WPM	Wahlpflichtmodul ⁹⁾				5					1					6	11	32	76	WP	variiert	
Bachelorprüfung																					
B-WP-BA	Bachelorarbeit						12								0	0	0	300	P	Abschlussarbeit	
Summe Credit Points / SWS je Semester		30	30	34	25	31	18	42	17	15	20	18	17	9	0						
Summe Credit Points / SWS gesamt		210													96						
Summe Wahlpflicht-Prüfung und Selbststudium															1236	95	686	3233			
Schwerpunkte im Studiengang Wirtschaftspsychologie (min. 1 fachspezifischer Schwerpunkt, der zweite Schwerpunkt kann aus anderen Studiengängen gewählt werden)																					
B-WP-SP-1 Personalpsychologie																					
B-WP-SP-1.1	Personalmarketing und Recruiting			5					2						28	0	14	83		Fallstudie (10-15 S.) + Vortrag (10-20 Min.)	70% / 30%
B-WP-SP-1.2	Personaldiagnostik			5					4						56	0	14	55	WP	Klausur (90 Min.)	
B-WP-SP-1.3	Personalentwicklung und Personalbeurteilung			5					4						56	0	14	55		Projektbericht (10-15 S.) + Präsentation (5-10 Min.)	65% / 35%
B-WP-SP-2 Arbeitspsychologie und Digitalisierung																					
B-WP-SP-2.1	Psychologie der Arbeit und neuer Arbeitsformen			5					4						56	0	7	62		Präsentation (10-15 Min.)	
B-WP-SP-2.2	Digital Leadership und Collaboration			5					4						56	0	7	62	WP	Klausur (90 Min.)	
B-WP-SP-2.3	Psychologie und Technik			5					2						28	0	14	83		Hausarbeit (12-15 S.)	
B-WP-SP-3 Organisationspsychologie																					
B-WP-SP-3.1	Diagnostik und Intervention in Organisationen			5					4						56	0	7	62		Klausur (90 Min.)	
B-WP-SP-3.2	Unternehmensorganisation und Consulting			5					2						28	0	18	79	WP	Hausarbeit (12-15 S.)	
B-WP-SP-3.3	Coaching und Systemische Beratung			5					4						56	0	7	62		Portfolio	
B-WP-SP-4 Markt-, Werbe- und Medienpsychologie																					
B-WP-SP-4.1	Markt- und Werbepsychologie			5					4						56	0	14	55		Klausur (90 Min.)	
B-WP-SP-4.2	Medienpsychologie			5					2						28	0	28	69	WP	Hausarbeit (12-15 S.)	
B-WP-SP-4.3	Methoden der psychologischen Marktforschung			5					4						56	0	14	55		Klausur (90 Min.)	
Wahlpflichtmodule im Studiengang Wirtschaftspsychologie (1 aus 6)																					
B-WPM-2	Emerging Technology Trends ¹⁾				5					2					0	28	17	80	WP	Klausur (90 Min.)	
B-WPM-3	ERP-Systeme in Unternehmen ¹⁾				5					1					0	14	50	61	WP	Klausur (90 Min.)	
B-WPM-4	Wirtschaftsinformatik ¹⁾				5					1					0	14	50	61	WP	Klausur (90 Min.)	
B-WPM-5	Engagement als Gegenstand individueller Bildung				5					0					0	0	15	110	WP	Wissenschaftliche Ausarbeitung (10-12 S.)	
B-WPM-6	Digitales Programm- und Projektmanagement				5					2					28	0	28	69	WP	Projektbericht (10-15 S.) + Präsentation (5-10 Min.)	65% / 35%
B-WPM-7	Diagnostische Verfahren ³⁾				6					4					56	0	0	94	WP	Hausarbeit (12-20 S.)	
Übungen/Tutorien																					
B-P-2.1-Ü	Übung Statistik I							2													
B-P-2.2-Ü	Übung Statistik II								2												
B-WP-3.2	Übung zu R / SPSS und Forschungsmethoden								2												

¹⁾ Reines Digitalmodul: Die Ausweisung der Module in Digitallehre entspricht dem aktuellen Planungsstand, die Zuordnung einzelner Module zu Digital- bzw. Präsenzlehre kann basierend auf im Zeitablauf gewonnenen Erfahrungen variiert werden; dabei werden maximal 30 % des Gesamtworkloads des Studiengangs in digitaler Lehre abgebildet.

²⁾ Dieses Modul erstreckt sich über 10 und nicht, wie üblich, über 14 Vorlesungswochen.

³⁾ Dieses Modul entstammt aus dem Studiengang Psychologie, B.Sc. und umfasst einen Arbeitsaufwand von 6 Credit Points. Bei Wahl dieses Moduls können den Studierenden dennoch nur 5 Credit Points gutgeschrieben werden.

⁴⁾ Diese Lehrveranstaltungen finden nur alle 2 Vorlesungswochen statt.

⁵⁾ Die hier aufgeführten SWS und die Verteilung des Workloads entspricht dem Durchschnitt der in diesem Studiengang zur Wahl stehenden Schwerpunkte/Wahlpflichtmodule. Die genaue Verteilung des Workloads je Schwerpunkt/Wahlpflichtmodul geht aus der untenstehenden Übersicht hervor.

⁶⁾ Das Pflichtpraktikum beginnt ab der zweiten Semesterhälfte des sechsten Semesters und endet am Ende der ersten Semesterhälfte des siebten Semesters. Der Workload verteilt sich entsprechend, die Credit Points fließen jedoch erst im siebten Semester ein.

* Studierende des Studiengangs Wirtschaftspsychologie (B.Sc.) können als zweiten Schwerpunkt neben einem Schwerpunkt der übrigen Verbund-Studiengänge auch aus folgenden Schwerpunkten des Studiengangs Psychologie (B.Sc.) wählen: Pädagogische und Bildungspsychologie, Gesundheitspsychologie, Klinische Psychologie, Sportpsychologie.

Der Fächerkanon der Verbundmodule ist im Studiengang Wirtschaftspsychologie deutlich reduziert. Dies liegt gemäß den Angaben im Selbstbericht u.a. daran, dass sich die inhaltliche Ausgestaltung des Studiengangs nach den Vorgaben sowohl des Berufsverbandes Deutscher Psychologen (BDP) als auch nach denen der Gesellschaft für angewandte Wirtschaftspsychologie (GWPs) richtet. Danach müssen die psychologischen Inhalte eines Bachelorstudiengangs Wirtschaftspsychologie in der Summe mehr als 50 % der gesamten erreichbaren ECTS-Leistungspunkte umfassen. Die Hochschule führt aus, dass im vorliegenden Studiengang bis zu 132,5 ECTS-Leistungspunkte, somit 72 %, als psychologische Inhalte zu deklarieren sind. Werden zusätzlich der zweite Wahlpflichtschwerpunkt und das Wahlpflichtmodul hinzugezogen, liegt der Anteil an psychologischen Inhalten bei 83,3 %.

Zu Beginn erhalten die Studierenden einen Überblick über die Themen- und Forschungsfelder der Wirtschaftspsychologie. Anschließend werden ihnen erste Erklärungsansätze und Konzepte der Allgemeinen Psychologie vermittelt. Allgemeine betriebswirtschaftliche Grundlagen schließen sich in den Modulen „Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre“ sowie „Rechnungswesen“ an. Einen zentralen Pfeiler der akademischen Ausbildung zum Wirtschaftspsychologen bildet die empirisch-methodische Kompetenzentwicklung, welche mit den Modulen „Statistik I“ und „II“ eingeleitet wird. Kenntnisse der Allgemeinen Psychologie werden im Modul „Sozialpsychologie“ erweitert. Im dritten Semester liegt der Schwerpunkt in Modulen wie „Persönlichkeits- und Differenzielle Psychologie“ und „Klinische Psychologie im Arbeitsleben“ einerseits auf der Erweiterung und Vertiefung der psychologischen Kenntnisse, andererseits im Modul „Grundlagen der Testtheorie und der psychologischen Diagnostik“ sowie im „Empirischen Forschungsprojekt“ auf der verstärkten Anwendung empirischer Methoden im psychologischen Kontext. Überfachliche Kompetenzen erwerben die Studierenden im Modul „Kommunikationspsychologie“.

Folgende Themenfelder werden für die Wahl von zwei Wahlpflichtschwerpunkten angeboten: „Personalpsychologie“, „Arbeitspsychologie und Digitalisierung“, „Organisationspsychologie“ und „Markt-, Werbe- und Medienpsychologie“. Mit dem (Verbund-) Modul „Data Science und Data Analytics“ erfolgt eine weitere Vertiefung der quantitativen Methoden. Im fünften Semester erweitern die Studierenden ihr psychologisches Wissen in den Modulen „Biologische Psychologie“ und „Entwicklungspsychologie“. Sie absolvieren hier zudem ein Praxisprojekt mit Kooperationspartnern der HSF HD. Mit dem Wahlpflichtmodul können fachliche und überfachliche Kompetenzen gestärkt werden. Im Modul „Forschungsmethoden II“ bereiten sich die Studierenden gemäß den Angaben im Selbstbericht aktiv auf die Anfertigung der Bachelorarbeit vor, indem sie ihre Kenntnisse und Fähigkeiten im wissenschaftlichen und empirischen Arbeiten vertiefen. Aus diesem Grund ist im Studiengang kein separates Bachelorkolloquium vorgesehen. Die Studierenden schließen in der zweiten Semesterhälfte mit der Anfertigung ihrer Bachelorarbeit das Bachelorstudium ab.

Der Studiengang vermittelt wirtschaftswissenschaftliche und vertiefte (wirtschafts-) psychologische Kenntnisse, was gemäß den Angaben im Selbstbericht die Studiengangsbezeichnung „Wirtschaftspsychologie“ widerspiegelt. Dabei liegt ein besonderer Fokus auf der Vermittlung von Kompetenzen in der Anwendung empirischer Forschungsmethoden. Von den Studierenden werden 42 ECTS-Leistungspunkte des Gesamtcurriculums im Bereich empirischer Methodik erworben. Entsprechend schließt der Studiengang mit dem Abschlussgrad „Bachelor of Science“ ab.

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Alle Studiengänge

Das Gutachtergremium sieht in den vorliegenden Studiengängen die Erreichung der Qualifikationsziele durch die Vermittlung der im Curriculum sichtbaren Inhalte als gewährleistet an. Die Studiengänge sind schlüssig aufgebaut und kombinieren sinnstiftend die Bereiche der Betriebswirtschaftslehre mit den jeweiligen fachspezifischen Vertiefungen. Lediglich im Studiengang **Medienmanagement und Digitales Marketing** sieht das Gutachtergremium noch Möglichkeiten zur Verbesserung. Das Gutachtergremium ist der Auffassung, dass auf Themen der systematischen Erfassung, des Controlling und der informatorischen Verdichtung der durch den betrieblichen Leistungsprozess entstehenden Geld- und Leistungsströme nicht verzichtet werden sollte, weshalb sie empfehlen das Modul „Rechnungswesen“ aus dem Verbundkatalog in den Studiengang aufzunehmen. Darüber hinaus sieht das Gutachtergremium den Wahlpflichtschwerpunkt „Eventmanagement“ tendenziell als etwas überfrachtet an, weshalb die Gefahr besteht, dass die Vielzahl der Themen lediglich oberflächlich gestreift werden kann. Das Gutachtergremium spricht daher die Empfehlung aus, den Wahlpflichtschwerpunkt „Eventmanagement“ inhaltlich daraufhin zu überprüfen und bei Bedarf Anpassungen vorzunehmen.

Insgesamt erachtet das Gutachtergremium die Kompetenzen aller Studiengänge aber als ausgewogen verteilt. Abschlussgrade sowie die Studiengangsbezeichnungen sind stimmig in Bezug auf die präferierten Inhalte gewählt, was insbesondere auch im Studiengang **Wirtschaftspsychologie** den Vorgaben des BDF und der GWPs entspricht.

Das Gutachtergremium begrüßt, dass in allen Studiengängen das Modul „Wirtschaftsethik und Nachhaltigkeit“ einen festen Platz im Curriculum hat und die Studierenden somit einen ethischen Diskurs vollziehen und lernen Nachhaltigkeit im Kontext einer gesamtheitlichen, historischen, ökonomischen, ökologischen, sozialen und kulturellen Perspektive zu analysieren. Darüber hinaus lobt das Gutachtergremium im Studiengang **Immobilienwirtschaft** die Befassung mit Stadtentwicklung und innovativen Trends, was zukunftsweisend deutlich über die normalen Themen hinausgeht.

Nach Ansicht des Gutachtergremiums sind die Modulkonzepte adäquat und mit Blick auf die Erreichung der Qualifikationsziele sinnvoll aufgebaut. So werden alle von der Hochschule angegebenen Inhaltsbereiche in ausreichendem Maße in den Studiengängen abgedeckt. Dies beinhaltet neben der wirtschaftswissenschaftlichen Komponente mit ihren jeweiligen spezifischen Modulen auch die Inhalte integrativer Module und der Soft Skills sowie des sprachlichen Bereichs. Die Studierenden werden mittels der definierten Lernergebnisse dazu befähigt, wissenschaftliche Theorie und Methodik auf Bachelorniveau anzuwenden und diese im Rahmen der Bachelorthesis umzusetzen. Beispielsweise wird durch die selbständige Lösung von praktischen Aufgabenstellungen in zahlreichen Modulen oder explizit in den Fächern des Themenkomplexes „Anwendungsorientierte Wissenschaftsmethoden“ der Grundlagenmodule, die wissenschaftliche Arbeitsweise gefördert.

Die eingesetzten Lehr- und Lernmethoden werden, nach Meinung des Gutachtergremiums, in ausreichender Vielfalt angeboten, entsprechen der Bachelorstudiengangskonzeption und stellen sicher, dass die Qualifikationsziele erreicht werden. Das Konzept umfasst vielfältige, an die jeweilige Fachkultur und das Studienformat angepasste Lehr- und Lernformen sowie praxisbezogene Anteile im sechsemestrigen Studiengang und ein Praxissemester in der Variante mit sieben Semestern. Die unterschiedlichen Lehr- und Lernformen ermöglichen ein studierendenzentriertes Lehren und Lernen, wodurch die Studierenden aktiv in die Gestaltung von Lehr- und Lernprozessen einbezogen werden. Dies zeigt sich insbesondere durch die Verwendung von Fallstudien, Kleingruppenarbeiten sowie das neu eingeführte angeleitete Selbststudium, wodurch eine unmittelbare Rückkopplung an die Lehrenden gesichert ist, so dass diese schneller auf kritische Situationen aufmerksam werden und früh Hilfestellung leisten können.

Entscheidungsvorschlag

Erfüllt.

Das Gutachtergremium gibt folgende Empfehlungen für den Studiengang **Medienmanagement und Digitales Marketing (B.A.)**: Das Modul „Rechnungswesen“ aus dem Verbundkatalog sollte in den Studiengang aufgenommen werden. Der Wahlpflichtschwerpunkt „Eventmanagement“ sollte inhaltlich überprüft und bei Bedarf angepasst werden.

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

Studiengangsübergreifende Aspekte

Hinsichtlich studentischer Mobilität weist die Hochschule auf das integrierte Auslandssemester hin, welches die Studierenden im Rahmen der Wahlpflichtschwerpunktwahl optional in allen Studiengängen belegen können. Dieses Semester ist im Studienverlaufsplan bewusst so ge-

staltet, dass es in Inhalt und Struktur zu den Auslandsstudienangeboten der Hochschule Fresenius in New York, Sydney und Shanghai passt. Somit soll für die Studierenden aller vorliegenden Studiengänge die Möglichkeit bestehen, je nach Schwerpunktwahl im Rahmen des vierten oder fünften Fachsemesters ohne Zeitverlust ein Semester im Ausland zu absolvieren. Auslandskooperationen bestehen mit dem Berkeley College in New York für die Schwerpunkte Marketing Management, Personalpsychologie und Controlling, mit der University of Technology (UTS) in Sydney für den Schwerpunkt Organisationspsychologie und -beratung und mit der Shanghai University in Shanghai für die Schwerpunkte Internationales Management und Markt-, Werbe- und Medienpsychologie.

Da sich kein Modul der Studiengänge über mehr als ein Semester erstreckt und Prüfungsleistungen semesterbezogen erbracht werden, besteht zudem grundsätzlich für jeden Studierenden die Möglichkeit, als „Freemover“ in Eigenverantwortung ein selbstorganisiertes Semester im Ausland zu studieren. Unterstützung bei der Hochschulauswahl und der Anrechnung von Leistungen erhalten die Studierenden durch das Competence Center International Services der Hochschule. Die HSF HD ermöglicht den Studierenden zudem im Rahmen der „New York Summer Weeks: Business & Languages“, Erfahrungen im Ausland zu sammeln, indem sie einen dreiwöchigen Sprachkurs für Business English absolvieren, an Business-Exkursionen teilnehmen und die amerikanische Kultur kennenlernen können. Des Weiteren bietet die HSF HD optionale Fremdsprachenkurse u. a. in Spanisch, Französisch, Mandarin und Arabisch an.

In Kooperation mit dem Hochschulverbund können die Studierenden in jedem Semester an einer drei- bis viertägigen Studienfahrt, z. B. nach New York, London, Helsinki, Madrid, Dublin, Budapest oder Straßburg, teilnehmen. Neben einem stadtbezogenen Sightseeing- und Kulturprogramm erwarten die Studierenden Exkursionen zu ausgewählten Unternehmen und Vorträge von Vertretern verschiedener Wirtschaftseinrichtungen. Somit wird ein praktischer Bezug zum Studium hergestellt und es können Kontakte für mögliche Praktika oder Berufseinstiege geknüpft werden.

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Den Studierenden wird durch die bestehenden Auslandskooperationen der Hochschule mit den genannten Partneruniversitäten in den USA, Australien und China ein Auslandssemester ohne Zeitverlust ermöglicht. Darüber hinaus können Studierende, unabhängig von den bestehenden Kooperationen, eigenständig ein Auslandssemester antreten. Die Grundsätze der Lissabon-Konvention sind erfüllt.

Während der Begutachtung vor Ort konnte sich das Gutachtergremium davon überzeugen, dass die Betreuung der Studierenden durchweg intensiv und beständig ist. Das Gutachtergre-

mium hat den Eindruck gewonnen, dass die Hochschule insgesamt geeignete Rahmenbedingungen zur Förderung der studentischen Mobilität geschaffen hat.

Entscheidungsvorschlag

Erfüllt.

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

Studiengangsübergreifende Aspekte

Der Prozess der Mitarbeiterplanung beginnt gemäß den Angaben im Selbstbericht mit der Bedarfsmeldung und endet mit der Genehmigung des erarbeiteten Stellenplans, der sich an der prognostizierten Entwicklung der Studierendenzahlen orientiert. Regelmäßig liegt der Bedarfsplanung eine professorale Lehrquote von mindestens 50 % des gesamten curricular verpflichtenden Lehrvolumens zugrunde. Die Studiengangsleitungen besetzen, entsprechend der Vorgabe zur professoralen Quote, die Module bevorzugt mit festangestelltem professoralem Personal. Dieses muss seine Eignung in einem durch die Berufsordnung für Professuren an der Hochschule Fresenius Heidelberg vom 23.10.2017 geregelten, standardisierten Berufungsverfahren nachweisen, was sich wiederum an den Vorgaben des Landeshochschulgesetzes Baden-Württemberg orientiert. Bei allen in Rede stehenden Studiengängen liegt die Lehrquote hauptamtlich Lehrender durchschnittlich bei 75 Prozent, mit einer professoralen Quote von mindestens 50 bis 75 Prozent.

Das Qualitätsmanagement der COGNOS AG, in das die Hochschule im Rahmen der Matrixzertifizierung eingebunden ist, legt ein hohes Gewicht auf die Förderung und Weiterentwicklung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Ziel ist dabei, dass durch Maßnahmen der Personalentwicklung die fachlichen, methodischen und sozialen Kompetenzen der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bedarfsgerecht ausgebaut werden. Jährlich finden gemäß den Vorgaben des Qualitätsmanagements Mitarbeiter- und Personalentwicklungsgespräche mit dem festangestellten Personal statt.

Jeder Lehrende, der in der Forschung tätig ist, erhält pro Woche einen Forschungstag zugesprochen, an dem er sich ausschließlich dieser Arbeit widmen kann. Ziele der Forschungspolitik der Hochschule sind gemäß den Angaben im Selbstbericht,

- den Lehrplan, unterstützt durch geeignete Lernressourcen im Kontext aktueller Forschung und berufspraktischer Anforderungen auf dem neuesten Stand zu halten,
- das akademische Personal in die Lage zu versetzen, sich mit aktuellen Entwicklungen im jeweiligen Fachbereich auseinanderzusetzen und diese in die Lehre einzubinden,

- Forschung und wissenschaftliche Praxis in das Lehren und Lernen zu integrieren und so Studierenden die Möglichkeit zu geben, Forschung zu erleben und wissenschaftlich-methodische Fähigkeiten zu entwickeln,
- die forschungsinformierte Lehre in die institutionellen Strukturen, einschließlich der Personalstrategien und Qualitätssicherungsprozesse, einzubetten,
- den wechselseitigen Wissenstransfer zwischen der Hochschule und der Berufspraxis zu erhalten und zu optimieren.

Die Verantwortung und Kontrolle darüber, dass die Forschungstätigkeiten tatsächlich den beschriebenen Nutzen für die Lehre erbringen, liegen beim Präsidium der Hochschule. Dies geschieht regelmäßig auf Grundlage der hochschuleigenen Forschungsrichtlinien.

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Alle Studiengänge

Das Gutachtergremium konnte sich anhand der zur Verfügung gestellten Unterlagen, einschließlich der Lebensläufe, und der Gespräche vor Ort davon überzeugen, dass die notwendige Lehrkapazität der Bachelorstudiengänge vorhanden ist. Die Curricula werden durch ausreichend fachlich und methodisch-didaktisch qualifiziertes Lehrpersonal umgesetzt. Somit sieht das Gutachtergremium das Erreichen der Qualifikations- und Kompetenzziele als garantiert an. Die Verbindung von Forschung und Lehre wird insbesondere durch hauptberuflich tätige Professorinnen und Professoren gewährleistet. Diese bilden eine Quote über 50% bei der Lehre und garantieren nach Ansicht des Gutachtergremiums somit, dass die aktuellen Erkenntnisse aus der Forschung bei der Lehre umfassend transferiert werden. Das Gutachtergremium begrüßt zum einen die interne Freistellung der Professorinnen und Professoren für Forschungstätigkeiten und zum anderen, dass jeder neu eingesetzte Lehrende eine dezidierte Einarbeitung und didaktische Einweisung zur Durchführung der digitalen Module bekommt.

Durch den Einsatz von externen Lehrenden (aus der Berufspraxis) findet zudem eine zusätzliche Verbindung zur Praxis statt. Bei der Auswahl der externen Lehrenden berücksichtigt die Hochschule die fachliche Qualifikation sowie die berufliche Erfahrung in Bezug auf das betreffende Modul. In der Regel greift die Hochschule hierbei auf erfahrene Praktiker zurück. Allerdings wurde während der Befragung der Studierenden deutlich, dass es, in einzelnen Ausnahmefällen, den externen Lehrenden noch an Lehr- und Berufserfahrung sowie „Standing“ fehlt. Dies sei u.a. darauf zurückzuführen, dass diese Lehrenden selbst noch vor kurzem Studierende desselben Faches waren, demzufolge sehr jung seien und deshalb, jenseits des reinen Fachwissens, Defizite in der Vermittlung und der Erfahrung aufweisen. Das Gutachtergre-

mium empfiehlt daher, dass die Lehrenden, um diese Defizite auszugleichen, ausreichend geschult werden und idealerweise bereits über ausreichende Berufserfahrung verfügen sollten.

Entscheidungsvorschlag

Erfüllt.

Das Gutachtergremium gibt folgende Empfehlungen für alle Studiengänge: Die Hochschule sollte bei der Auswahl der nebenberuflichen Lehrenden die vorhandene didaktische Qualifikation überprüfen und bei Bedarf Schulungen anbieten.

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

Studiengangübergreifende Aspekte

Ein Mitarbeiterstab von insgesamt zehn Personen im nichtwissenschaftlichen Bereich stellt einen geregelten Studienbetrieb sicher. Sie bieten folgende Unterstützungsleistungen:

- Serviceportal: online Bereitstellung regelmäßiger Daten und Informationen zur Studien- und Prüfungsorganisation, zur Semester- und Vorlesungsplanung, wesentlicher Formulare; Plattform zur internen Kommunikation mit den Studierenden (z. B. Notenbekanntgabe, Gastvorträge).
- Interessenten- und Bewerbermanagement: Beratung zu Zulassungsvoraussetzungen und Kosten des Studiums, zur Studienfinanzierung, der Struktur und den Zielen des Studiums sowie zu Berufsperspektiven, Durchführung von (Online-)Informationsabenden und Open Campus Days
- Studierendenservice / Prüfungsamt: Organisation des Studienbetriebs (z. B. Ausstellung von Bescheinigungen etc.), Beratung zu Fragen bei Prüfungsangelegenheiten und zur Prüfungsorganisation, Studierendengespräche, bei denen durch Lehrende ein Beratungsbedarf identifiziert wurde, Unterstützung bei der Vermittlung von Unterkünften, Einführungsveranstaltungen zu Studienbeginn
- Competence Center International Services: Informationsveranstaltungen und Beratung zu studienbezogenen Auslandsaufenthalten, Koordination ausländischer Sprachkurse, von Business-Exkursionen und Summer Schools
- Competence Center Career Services and Corporate Relations:
Beratung rund um Praxisphasen und zum Berufseinstieg:
 - zu den beruflichen Perspektiven in den unterschiedlichen unternehmerischen Funktionsbereichen
 - zur Aufbereitung von Bewerbungsunterlagen, zu Bewerbungsverfahren und zu Interviews

- zur Karriereplanung

Organisation von Seminaren zur Persönlichkeitsentwicklung (Selbstreflexion & Konfliktmanagement, freiwillige Seminare wie IT-Workshops)

- Organisation und Evaluation von Career Days (Karrieremesse und Firmenpräsentationen)
- Kontaktpflege zu Alumni

Die Bibliothek beherbergt zu Beginn des Sommersemesters 2020 einen physischen Bestand von knapp 6.800 Medien, von denen etwa 4.900 zur Ausleihe zur Verfügung stehen. Zusätzlich hat die Hochschule ca. 35 analoge Fachzeitschriften abonniert. Der bereits vorhandene fachspezifische Medienbestand wird für die vorliegenden Studiengänge anhand der aktualisierten Modulbeschreibungen und Lernziele semesterweise aufgebaut. Die große Mehrzahl der bereitgestellten Medienbestände wird in Form von Online-Datenbanken vorgehalten, die kostenlos genutzt werden können. Die Hochschule hat die Recherchedatenbank „Business Source Premier“ abonniert. Sie bietet eine Vielzahl wissenschaftlicher Publikationen, Dissertationen und Arbeitspapiere, deckt spezifische Themen der Studiengänge ab und bietet Zugang zu internationaler Wissenschaftsliteratur. Die Studierenden haben außerdem Zugriff auf die „Wiley Online Library“, die „PsyJournals“ des Hogrefe Verlags sowie auf die kooperativ genutzte digitale Bibliothek der Hochschule Fresenius, auf der zahlreiche eBooks verschiedenster Fachgebiete zur Verfügung stehen. Zudem hat die Hochschule das Statistik-Portal Statista.com abonniert, das statistische Daten verschiedener Institute und Quellen professionell bündelt und 170 verschiedene Branchenkategorien abdeckt. Zugang besteht auch zu digitalen Publikationen über die Nationallizenzen der Deutschen Forschungsgemeinschaft. Ortsunabhängig besteht Zugriff auf alle elektronischen Medienbestände, sodass die Studierenden innerhalb und außerhalb der Hochschule recherchieren können. Im Rahmen eines Kooperationsabkommens bestehen Leihrechte für die Medienbestände des Deutsch-Amerikanischen Instituts in Heidelberg sowie die Universitätsbibliotheken Heidelberg und Mannheim.

Zu Studienbeginn erhalten alle Studierenden eine eigene Hochschul-E-Mail-Adresse. Über WLAN besteht Zugang zum „Serviceportal“ bzw. zum Hochschulverwaltungsprogramm „eHVP“, zum Learning Management System „ILIAS“, zur Lehr-/Lernplattform „studynet“, zur Karriereplattform „studypus“, zum WebOPAC der Bibliothek und zu den elektronischen Medienbeständen (EBSCO Business Source Premier, DFG Nationallizenzen etc.).

Die Hochschule belegt zurzeit Räumlichkeiten mit einer Gesamtfläche von 1.510 qm. Sie befinden sich in einem Gebäudekomplex mit einer Gesamtnutzfläche von weit über 6.000 qm. Aufgrund regelmäßiger Fluktuationen im Mieterbestand hat die Hochschule in der Regel jährlich die

Möglichkeit, ihre Flächen bedarfsgerecht zu erweitern, um einen wachsenden Flächenbedarf im Zuge des Aufwuchses der Studierenden zu decken. Das genutzte Gebäude ist nach modernem Bürostandard ausgestattet und beherbergt folgende Räumlichkeiten:

- zehn Seminarräume, ausgestattet mit Beamern und interaktiven Whiteboards,
- ein „Learning Center“ mit Bibliothek und drei weiteren Räume für die Stillarbeit,
- eine Studierendenlounge,
- einen Aufenthaltsraum für wissenschaftliches Personal mit angrenzendem Raum, ausgestattet mit fünf Einzelarbeitsplätzen,
- fünf Büroräume für das hauptberufliche wissenschaftliche Personal, die von einem bis zu vier Arbeitsplätze bieten,
- ein Studiensekretariat mit Archiv- und Kopierraum,
- sieben Büros für Verwaltungsmitarbeiterinnen und -mitarbeiter,
- zwei Besprechungsräume, Archiv-/Lagerräume,
- einen Serverraum, der die IT-Infrastruktur (Server, Router etc.) beherbergt.

Die Hochschule verfügt über ein Medienlabor mit einem angeschlossenen Regieraum und einem Produktions- und Aufzeichnungsraum. Das Labor ist mit modernster Video-, Ton- und Softwaretechnik ausgestattet, um digitale Vorlesungsformate produzieren und aufzeichnen zu können.

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Das Gutachtergremium bewertet die Verwaltungsunterstützung und die Ressourcenausstattung für Studierende und Lehrende durchweg positiv. Mit den Gegebenheiten vor Ort können die Studiengangsziele erreicht werden, da ausreichend räumliche und technische Kapazitäten für die Präsenz- und Onlineveranstaltungen vorhanden sind. Hiervon konnte sich das Gutachtergremium während des Durchgangs durch die Räumlichkeiten vor Ort überzeugen. Gleichwohl empfiehlt das Gutachtergremium die Einrichtung eines psychologischen Labors für den Studiengang Wirtschaftspsychologie, ausgestattet u.a. mit einem Eyetracker, um computerbasierte Experimente und Tests durchführen zu können.

Die IT-Infrastruktur bietet neben den verschiedenen Lehr- und Lernmethoden Zugang zu Datenbanken und Literatur. Die Hochschule baut die für den vorliegenden Studiengang im Modulhandbuch aufgeführte Literatur und darüber hinaus gehende fachgebundene Literatur in der Bibliothek kontinuierlich vor Studienstart auf. Aus Sicht des Gutachtergremiums erhalten die Studierenden darüber hinaus durch die Leihrechte an den Medienbeständen des Instituts für Bildungswissenschaften der Universität Heidelberg Zugriff zur benötigten Literatur.

Bei allen Fragen zu Studienverlauf und -organisation stehen den Studierenden kompetente Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zur Verfügung.

Entscheidungsvorschlag

Erfüllt.

Das Gutachtergremium gibt folgende Empfehlungen für den Studiengang **Wirtschaftspsychologie**: Die Hochschule sollte ein psychologisches Labor einrichten.

Prüfungssystem [\(§ 12 Abs. 4 StAkkVO\)](#)

Studiengangsübergreifende Aspekte

Die Module der Studiengänge schließen in der Regel mit einer Prüfungsleistung ab (siehe hierzu auch §12 Abs. 5 StAkkVO), deren Bestehen jeweils die Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Leistungspunkten ist. Die Prüfungsleistungen stellen, gemäß den Angaben im Selbstbericht, jeweils wissens- und kompetenzorientiert fest, ob die formulierten Qualifikationsziele erreicht wurden. Folgende Prüfungsleistungen kommen in den vorliegenden Studiengängen zum Einsatz und sind in § 11 des Allgemeinen Teils der Prüfungsordnung definiert:

- Klausuren: Sie dienen dem Nachweis, dass der Prüfling in der Lage ist, in begrenzter Zeit unter Aufsicht mit den geläufigen Methoden des Themengebietes eine Fragestellung zu bearbeiten und analytische und methodische Kompetenzen zur Problemlösung unter Beweis zu stellen.
- Schriftliche Ausarbeitung (Hausarbeit/Projektbericht): Es handelt sich um eigenständige Bearbeitungen vorgegebener Themen, Problemstellungen oder Übungsaufgaben. Hierzu zählen insbesondere die Informationsrecherche, die Strukturierung der Inhalte, das Anfertigen einer Gliederung und die Ausarbeitung eines schriftlichen Manuskripts in der bei wissenschaftlichen Arbeiten üblichen Form.
- Referate/Präsentationen: Dieses sind eigenständige Bearbeitungen vorgegebener Themen, Problemstellungen oder Übungsaufgaben, in der Regel verbunden mit einem Kurzvortrag.
- Projektarbeiten/-berichte: Hier erarbeiten die Studierenden in Gruppenarbeit Lösungen für konkrete wissenschaftliche und praktische Problemstellungen von den Kooperationspartnern der Hochschule. Dazu wird ein gemeinsamer Projektbericht angefertigt verbunden mit einer Gruppenpräsentation.
- Portfolio: Darunter ist eine schriftliche Darstellung von eigenen Arbeiten zu verstehen, mit denen Lernfortschritt und Leistungsstand bezogen auf einen definierten Inhalt nachgewiesen werden soll. In Betracht kommen beispielhaft Weblogs, Protokolle, Analysen, Thesenpapiere, grafische Aufbereitungen.

- Bachelorthesis: Die Abschlussarbeit soll zeigen, dass die Studierenden in der Lage sind, innerhalb einer vorgegebenen Frist ein Problem aus dem Bereich des Studiengangs nach wissenschaftlichen Methoden und auf Basis der im Studiengang relevanten Anforderungen selbstständig zu bearbeiten und die Ergebnisse sachgerecht darzustellen.
- Kolloquium: Dsa an die Abschlussarbeit anschließende Kolloquium ist eine mündliche Prüfungsleistung, in welcher die Studierenden wesentliche Ergebnisse der Abschlussarbeit darstellen, den methodischen Ansatz begründen sowie zu Fragestellungen aus dem Studiengang wissenschaftlich begründet Stellung beziehen.

Der Praktikumsbericht ist im Leitfaden zum Semesterpflichtpraktikum und in den Modulhandbüchern beschrieben. Es ist ein Berichtsheft anzufertigen, aus dem, neben Einsatzbereich, Dauer und Umfang, auch eine Unternehmensbeschreibung und die Einordnung der Praktikumsstelle innerhalb der Unternehmensstruktur und des Unternehmensprozesses hervorgehen sollen.

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Die in den Modulen festgelegten Prüfungsleistungen sind, nach Überzeugung des Gutachtergremiums, in Form, Inhalt und Vielfalt überwiegend dazu geeignet, die jeweiligen Lernergebnisse festzustellen. Lediglich hinsichtlich des Praktikumsberichts hatten das Gutachtergremium Bedenken. Zwar wurde diese Studienvariante bisher noch nicht durchgeführt, so dass noch kein aussagefähiges Ergebnis vorliegt. Ein Berichtsheft kann die tatsächlichen Kompetenzen und den Mehrwert eines Praktikumssemesters im Umfang von 30 ECTS-Leistungspunkten möglicherweise aber nicht umfänglich abbilden, weshalb das Gutachtergremium empfiehlt eine Praxisreflexion mit einer Mindestseitenanzahl einzuführen. Die übrigen Prüfungen sind modulbezogen und kompetenzorientiert. Das Gutachtergremium erachtet es als positiv, dass zu Studienbeginn zunächst eher Klausuren eingesetzt werden und im späteren Studienverlauf Hausarbeiten, Präsentationen und Projektberichte. Hierdurch wird sichergestellt, dass die Studierenden zunächst systematisch Grundlagen erlernen und darauf aufbauend im Rahmen von Hausarbeiten selbstständig anwenden können. Insgesamt begrüßt das Gutachtergremium die generelle Variantenvielfalt der Prüfungsformen.

Entscheidungsvorschlag

Erfüllt.

Das Gutachtergremium gibt folgende Empfehlungen: Die Hochschule könnte für das Praxissemester eine Praxisreflexion einführen, um eine bessere Auseinandersetzung mit den erworbenen Kompetenzen zu erzielen.

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

Studiengangsübergreifende Aspekte

Ein Semester umfasst 26 Wochen. Hiervon sind jeweils die erste Woche sowie sechs (Sommersemester) bzw. sieben Wochen (Wintersemester) vorlesungs- und prüfungsfrei. In dieser Zeit können Haus- und Projektarbeiten angefertigt sowie freiwillige Praktika absolviert werden. Den Studierenden werden zwei Prüfungsphasen im Semester eingeräumt, die jeweils zwei Wochen umfassen. Der Hauptprüfungstermin liegt am Ende der Vorlesungszeit. Ihm ist eine vorlesungsfreie Vorbereitungswoche vorgeschaltet. Der Zwischenprüfungstermin in der neunten Semesterwoche dient der Absolvierung nicht bestandener oder nicht absolvierter Prüfungen des Vorsemesters. Studienveranstaltungen finden von 7:45 Uhr bis 19:30 Uhr statt. Module, die in der Digitallehre durchgeführt werden, sind in allen Belangen derselben Semesterstruktur unterworfen. Für den in der Digitallehre deutlich größeren Umfang des Selbststudiums stehen im Vorlesungsplan des jeweiligen Semesters ausreichend zeitliche Kapazitäten zur Verfügung.

Ein ECTS-Leistungspunkt entspricht 25 Stunden. Bei einem Gesamtworkload von 4500 Stunden eines jeden Studiengangs, werden durchschnittlich 30 ECTS-Leistungspunkte pro Semester vergeben. Lediglich der Studiengang **Wirtschaftspsychologie** weicht von dieser Verteilung im dritten (34 CP), vierten (25 CP) und fünften Semester (31 CP) ab. Dieses begründet die Hochschule mit der fachlich-inhaltlichen Abfolge der Module sowie an externen Vorgaben orientierten ECTS-Leistungspunkten der einzelnen Module durch das BDP und die GWPs. So sind z.B. die Module „Allgemeine Psychologie I und II“ und „Grundlagen der Testtheorie und psychologischen Diagnostik“ mit 8 ECTS-Punkten belegt, während insbesondere in allen übrigen Studiengängen sämtliche Module 5 ECTS-Punkte umfassen. Die Hochschule habe aber dennoch darauf geachtet, in den ersten beiden Semestern sowie im Abschlusssemester keinen erhöhten Workload anzusetzen. Einen Überblick der studentischen Arbeitsbelastung je Modul liefert das jeweilige Modulhandbuch.

Jedes Modul schließt in der Regel mit einer Prüfung ab. Dies wird durchgängig in allen Studiengängen verfolgt. Lediglich die Projektberichte werden durch eine fünf bis zehnminütige Präsentation ergänzt und fließen mit eigener Gewichtung in die Gesamtnote ein. Hierzu führt die Hochschule aus, dass dies der Reflexion und Kontrolle des zuvor selbst erarbeiteten Textes gilt und zudem berufsnotwendige Präsentationstechniken, auch im Hinblick auf das Kolloquium, eingeübt werden können.

Die Studiengangsleitungen gewährleisten die fachliche Betreuung der Studierenden über den gesamten Studienverlauf. Fachliche Beratung und Unterstützung wird von Professorinnen und Professoren, Dozierenden und wissenschaftlichen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in Informationsveranstaltungen sowie in festen und individuell vereinbarten Sprechstundenterminen ange-

boten. Zur Überprüfung der Studierbarkeit erfolgt eine enge inhaltliche Abstimmung auf Modulebene wie auch modulübergreifend im Rahmen regelmäßiger Treffen des Lehrpersonals und der Modulverantwortlichen mit der Studiengangsleitung. Die überfachliche Betreuung der Studierenden erfolgt schwerpunktmäßig durch das nichtakademische Personal, welches durch Unterstützungsangebote bei der Sicherstellung der Studierbarkeit berät. Darüber hinaus wird jedes Modul an der Hochschule evaluiert. Neben Fragen u.a. zum Inhalt, zu den Anforderungen und dem jeweiligen Lehrenden, wird dabei auch der Workload thematisiert.

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Die Studierbarkeit ist aus Sicht des Gutachtergremiums gewährleistet. Gespräche mit Studierenden und Absolventinnen und Absolventen während der Begutachtung haben gezeigt, dass die Arbeitsbelastung leistbar ist. Terminierte Prüfungsphasen und eine gleichmäßige Verteilung des Workloads, abgesehen von der nachvollziehbaren Begründung im Studiengang Wirtschaftspsychologie, sowie ein enges Betreuungskonzept, tragen zur Einhaltung der Regelstudienzeit bei. Die hierzu vorgelegten statistischen Daten sind zwar noch nicht sehr aussagekräftig, was daran liegt, dass die Hochschule die Reakkreditierung sehr frühzeitig angestrebt hat. Aber Absolventinnen Absolventen anderer Studiengänge bestätigten, dass das Studium in der vorgegebenen Regelzeit beendet werden kann. In diesem Zusammenhang bewertet das Gutachtergremium positiv, dass die Studierenden während des gesamten Studiums jederzeit, auch im unmittelbaren spontanen Austausch, die Möglichkeit haben, Rückmeldungen zur Studierbarkeit zu spiegeln. Auf Grundlage der Evaluationen werden Maßnahmen zur Sicherung des Studienerfolgs abgeleitet.

Entscheidungsvorschlag

Erfüllt.

Fachlich-Inhaltliche Gestaltung der Studiengänge (§ 13 MRVO)

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

Studiengangsübergreifende Aspekte

Um die Aktualität und Adäquanz der fachlich-wissenschaftlichen Anforderungen in den Studiengängen sicherzustellen, sollen die Lehrenden regelmäßig an Konferenzen teilnehmen. Daher ist die Möglichkeit der Teilnahme an nationalen und internationalen Fachkongressen, die u.a. dem Austausch von aktuellen Forschungsergebnissen und/oder relevanten Marktentwicklungen dienen, an der Hochschule durch entsprechende Prozessvorgaben im Bereich der Personalentwicklung gegeben. Um eigene Forschungstätigkeiten zu ermöglichen, stellt die Hochschule jeden hauptamtlich Lehrenden wöchentlich einen Tag von seinen Lehrverpflichtungen frei. Re-

regelmäßig ruft das Präsidium das akademische Kollegium auf, an Fort- und Weiterbildungen entsprechend der individuell in den Personalentwicklungsgesprächen vereinbarten Ziele teilzunehmen. Dabei soll die Beratungs- und Lenkungsfunktion des für die Forschung verantwortlichen Vizepräsidenten und seiner Forschungskommission sicherstellen, dass die einzelnen Forschungsthemen fachlich-thematisch zur Hochschulausrichtung passen, profilbildend sind und somit die Lehre positiv beeinflussen.

Zur Optimierung der methodisch-didaktischen Kompetenzen kann das Lehrpersonal u. a. auf die Dienste des Zentrums für Hochschuldidaktik & E-Learning der Hochschule Fresenius zurückgreifen. Die semesterbezogenen Evaluationen der Lehrenden haben u.a. die Zielsetzung der Verbesserung der methodisch-didaktischen Ansätze der Lehrenden, sodass die Hochschule hier engmaschiges Monitoring betreibt.

Generell erfolgt eine enge inhaltliche Abstimmung auf Modulebene im Rahmen regelmäßiger Treffen des Lehrpersonals, in der sowohl passende hochschuleigene Forschungsprojekte, Berichte zu Kongressen etc., die vom akademischen Personal besucht wurden, wie auch sonstige wesentliche Entwicklungen und Trends diskutiert werden. Die Kommunikation soll zudem dadurch gefördert werden, dass die Studiengangsleitungen ihrerseits einen regen Austausch mit allen im Studiengang Lehrenden pflegen und somit Sorge tragen, dass der Informationsfluss erhalten bleibt. Darüber hinaus bieten auch die regelmäßig stattfindenden informellen kollegialen Hospitationen mit ihren anschließenden Feedback-Gesprächen ein Umfeld für den gegenseitigen fachlichen und pädagogischen Austausch.

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Das Gutachtergremium kann bestätigen, dass die Hochschule die Aktualität und Adäquanz von fachlichen und wissenschaftlichen Anforderungen und deren kontinuierliche Überprüfung gewährleistet. Die Lehrinhalte sowie das didaktische Konzept sind auf einem aktuellen Stand und gewährleisten die Durchführung des Studiengangskonzeptes. Dies wird u.a. gefördert durch die Teilnahme an Fachtagungen der am Studiengang Beteiligten. Außerdem begrüßt das Gutachtergremium, dass dies nicht nur der Sicherstellung der Aktualität von fachlichen und wissenschaftlichen Anforderungen dient, sondern auch der Kompetenzerweiterung des Lehrpersonals. Durch die Anbindung an den gesamten Verbund der Hochschule Fresenius kann die Hochschule auch von Forschungsarbeiten und wissenschaftlichen Aktivitäten profitieren und nimmt am fachlichen Diskurs der Partner teil.

Entscheidungsvorschlag

Erfüllt.

Studienerfolg ([§ 14 StAkkVO](#))

Studiengangübergreifende Aspekte

Die Hochschule hat zur Qualitätssicherung einen Regelkreis entwickelt, der auf den vier Säulen Planung, Lenkung, Prüfung und Darlegung der Qualität beruht. Die daraus abzuleitenden Maßnahmen sind in einem Handbuch zu internen Zwecken dokumentiert. Kernstück der Qualitätssicherung ist die Evaluation. Wie in der Evaluationsordnung vorgesehen, werden im Rahmen des Qualitätsmanagement-Zyklus regelmäßig Daten und Informationen erhoben, um die wahrgenommene Qualität in den dort benannten Bewertungsbereichen mit folgenden Formen des Monitorings festzustellen:

- **Studieneingangsbefragung:** Sie erfolgt entsprechend § 4.1 der Evaluationsordnung zum Studienstart und dient vor allem der Erhebung marketing- und vertriebsrelevanter Daten.
- **Evaluation der Lehre:** Sie dient der Sicherung der Qualität der Lehrleistung. Sie erfolgt gemäß § 4.2 Evaluationsordnung als semesterweise Onlinebefragung der Studierenden zu jedem Modul per Fragebogen. In diesem Kontext erfolgt auch eine Bewertung des Workloads der Veranstaltung. Weiterhin erfolgen Evaluationsgespräche der Studiengangsleitung mit studentischen Vertretern der einzelnen Jahrgänge. Der Evaluationsbeauftragte erhält alle Evaluationsergebnisse und stellt diese den entsprechenden Lehrenden sowie dem Präsidium zur Verfügung. Studierende erhalten die Ergebnisse im Rahmen einer jedes Semester stattfindenden Veranstaltung. Bei auffälligen Ergebnissen werden im Nachgang Gespräche mit den jeweiligen Lehrenden geführt.
- **Zufriedenheitsbefragung:** Nach § 4.3 Evaluationsordnung werden mithilfe der Zufriedenheitsbefragung allgemein Verbesserungspotenziale innerhalb der Hochschule sowie des Studiengangs für jede Kohorte noch im Laufe des Studiums kenntlich gemacht. Hierzu dienen Onlinebefragungen, die mindestens alle drei Jahren stattfinden. Diese werden durch jederzeit mögliche, formlose Eingaben bei der allgemein zugänglichen Feedbackbox im Erdgeschoss der Hochschule ergänzt.
- **Absolventenbefragung:** § 4.4 Evaluationsordnung sieht als Ziel die rückblickende Bewertung der im Studium erworbenen Qualifikationen und die Erfassung der beruflichen Situation, um erforderlichenfalls eine Verbesserung von Service- und Beratungsangeboten sowie des jeweiligen Studiengangs herbeizuführen. Die Absolventenbefragung ist innerhalb von maximal 24 Monaten nach Studienabschluss zu bewerkstelligen.

Weiterhin wird im Zuge des Qualitätsregelkreises der Hochschule mindestens einmal jährlich die Zahl der formalen Beschwerden, Einsprüche oder der Vorfälle mit disziplinarischen Folgen etc. ausgewertet.

Einen regelmäßig installierten Austausch der Lehrenden gibt es nicht. Durch die starke Präsenz vor Ort und kurze Wege wird gemäß den Angaben im Selbstbericht aber ein direkter Kontakt intensiv gepflegt, so dass jederzeit, Gelegenheiten zum Gespräch gegeben sind.

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Die Studiengänge unterliegen einem kontinuierlichen Monitoring, in das vor allem Studierende, aber auch Absolventinnen und Absolventen einbezogen werden. Auf Grundlage aller Evaluationen werden Maßnahmen zur Sicherung des Studienerfolgs abgeleitet, fortlaufend überprüft und die Ergebnisse für die Weiterentwicklung der Studiengänge genutzt. Sichtbare Folgen sind Anpassungen und Umstellungen im Curriculum seit der Erstakkreditierung, die teilweise auf Anregungen und Kritik der Studierenden zurückzuführen sind. Allerdings gaben die Studierenden an, dass ihnen häufig im direkten Austausch ein unmittelbares Feedback zu den Evaluationen fehlt. Das Gutachtergremium ist aber insgesamt davon überzeugt, dass die bisherigen Maßnahmen sinnvoll in der Hochschule implementiert und die Ergebnisse aus den Evaluationen bei der Studiengangsentwicklung berücksichtigt wurden.

Entscheidungsvorschlag

Erfüllt.

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

Studiengangsübergreifende Aspekte

Die Hochschule hat den Grundsatz, die Chancengleichheit von Frauen und Männern zu fördern und bei der Erfüllung ihrer Aufgaben die Vielfalt ihrer Mitglieder und Angehörigen zu berücksichtigen. Sie trägt insbesondere dafür Sorge, dass alle Beteiligten, unabhängig von ihrer Herkunft und ethnischen Zugehörigkeit, von Geschlecht, Alter, sexueller Orientierung, Behinderung oder Religionszugehörigkeit und Weltanschauung, gleichberechtigt an Forschung, Lehre, Studium und Weiterbildung im Rahmen ihrer Aufgaben, Rechte und Pflichten innerhalb der Hochschule teilhaben können. Diese Ziele sind in § 1 Abs. 3 der Grundordnung verankert. Zur Sicherung der Umsetzung dieser Ziele werden vom Senat eine Gleichstellungsbeauftragte und ein Gleichstellungsbeauftragter gewählt sowie vom Präsidium ein Beauftragter für Chancengleichheit bestellt. Ein Nachteilsausgleich für alle Belange ist in § 16 des Allgemeinen Teils der Prüfungsordnung ausführlich geregelt.

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Die Hochschule verfügt über Konzepte zur Geschlechtergerechtigkeit und zur Förderung der Chancengleichheit von Studierenden in besonderen Lebenslagen. Die Studierenden haben die

Möglichkeit, ein zeitlich und teils auch örtlich unabhängiges Studium zu absolvieren, sodass besondere Lebenslagen Berücksichtigung finden. Das Gutachtergremium konnte sich während der Begehung davon überzeugen, dass alle Räume barrierefrei zugänglich sind.

Entscheidungsvorschlag

Erfüllt.

3 Begutachtungsverfahren

3.1 Allgemeine Hinweise

Die Zusammensetzung der im Bündelverfahren zu reakkreditierenden Studiengänge Betriebswirtschaftslehre, Immobilienwirtschaft, Sportmanagement, Medienmanagement und Digitales Marketing sowie Wirtschaftspsychologie wurde mit Bescheid vom 27.02.2020 von der Stiftung Akkreditierungsrat genehmigt.

Im Rahmen des Verfahrens wurden nach Einreichung der Selbstdokumentation am 08.09.2020 folgende Dokumente vorgelegt:

- Modulhandbücher zu allen Studiengängen (korrigiert)
- Studienverlaufspläne zu allen Studiengängen (korrigiert)

Im Rahmen des Verfahrens wurde nach der Begutachtung vor Ort folgendes Dokumente vorgelegt:

- Leitfaden zum Semesterpflichtpraktikum

Die Nachreichungen hatten keinen Einfluss auf Auflagenempfehlungen.

Folgende Kapitel im Gutachten wurden studiengangübergreifend formuliert:

Mobilität (§ 12 Abs.1 Satz 4 StAkkVO)

Personelle Ausstattung (§ 12 Abs.2 StAkkVO)

Ressourcenausstattung (§ 12 Abs.3 StAkkVO)

Prüfungssystem (§ 12 Abs.4 StAkkVO)

Studierbarkeit (§ 12 Abs.5 StAkkVO)

Aktualität der fachlichen und wissenschaftlichen Anforderungen (§ 13 Abs.1 StAkkVO)

Studienerfolg (§ 14 StAkkVO)

Geschlechtergerechtigkeit und Nachteilsausgleich (§ 15 StAkkVO)

3.2 Rechtliche Grundlagen

Akkreditierungsstaatsvertrag

Verordnung des Wissenschaftsministeriums Baden-Württemberg zur Studienakkreditierung (Studienakkreditierungsverordnung – StAkkVO) und Begründung vom 18.04.2018

3.3 Gutachtergremium

a) Hochschullehrerinnen / Hochschullehrer

Prof. Dr. Kirstin Butzer-Strothmann, Leibniz-Fachhochschule, Hannover, Professorin für allgemeine Betriebswirtschaftslehre

Prof. Dr. Gerhard Raab, Hochschule Ludwigshafen am Rhein, Professor für Betriebswirtschaftslehre und Wirtschaftspsychologie

Prof. Dr. Norbert Drees, Fachhochschule Erfurt, Professor für Marketingmanagement und Kommunikation

Prof. Dr. Manfred Nutz, Unibversität Bonn, Professor für Geographie

Prof. Dr. Christoph Rasche, Universität Potsdam, Professor für Sportmanagement und Sportökonomie

b) Vertreterin Berufspraxis

Eva Augustin-Rose, Augustin Event Marketing, Inhaberin, freie Dozentin

c) Studierender

Niklas Heuser, Universität zu Köln, Studierender der Betriebswirtschaftslehre (B.Sc.)

4 Datenblatt

4.1 Daten zum Studiengang

Studiengang 01: Betriebswirtschaftslehre (B.A.)

Erfassung "Erfolgsquote" und "Studierende nach Geschlecht"												
semester- bezogene Kohorte	StudienanfängerInnen			AbsolventInnen in RSZ			AbsolventInnen in RSZ + 1 Semester			AbsolventInnen in RSZ + 2 Semester		
	insgesamt	davon Frauen		insgesamt	davon Frauen		insgesamt	davon Frauen		insgesamt	davon Frauen	
		absolut	%		absolut	%		absolut	%		absolut	%
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	(11)	(12)	(13)
WS 2019/20	17	5	29,41	--	--	--	--	--	--	--	--	--
SS 2019	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--
WS 2018/19	7	3	42,86	--	--	--	--	--	--	--	--	--
SS 2018	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--
WS 2017/18	1	0	0,00	--	--	--	--	--	--	--	--	--
SS 2017	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--
WS 2016/17	5	0	0	1	0	0	4	0	0	--	--	--
Insgesamt	30	8	26,67	1	0	0	4	0	0	0	0	0

Erfassung "Notenverteilung der Abschlussnoten"					
	sehr gut	gut	befriedigend	ausreichend	mangelhaft/ ungenügend
	≤ 1,5	> 1,5 ≤ 2,5	> 2,5 ≤ 3,5	> 3,5 ≤ 4	> 4
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
WS 2019/20	--	--	--	--	--
SS 2019	--	--	--	--	--
WS 2018/19	--	--	--	--	--
SS 2018	--	--	--	--	--
WS 2017/18	--	--	--	--	--
SS 2017	--	--	--	--	--
WS 2016/17	--	2	3	--	--
insgesamt	--	2	3	--	--

Erfassung "Durchschnittliche Studiendauer"					
	Studiendauer schneller als RSZ	Studiendauer in RSZ	Studiendauer in RSZ + 1 Semester	Studiendauer in RSZ + 2 Semester	Gesamt (= 100 %)
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
WS 2019/20	--	--	--	--	--
SS 2019	--	--	--	--	--
WS 2018/19	--	--	--	--	--
SS 2018	--	--	--	--	--
WS 2017/18	--	--	--	--	--
SS 2017	--	--	--	--	--
WS 2016/17	--	1	4	--	5

Studiengang 02: Immobilienwirtschaft (B.A.)

Erfassung "Erfolgsquote" und "Studierende nach Geschlecht"												
semester- bezogene Kohorte	StudienanfängerInnen			AbsolventInnen in RSZ			AbsolventInnen in RSZ + 1 Semester			AbsolventInnen in RSZ + 2 Semester		
	insgesamt	davon Frauen		insgesamt	davon Frauen		insgesamt	davon Frauen		insgesamt	davon Frauen	
		absolut	%		absolut	%		absolut	%		absolut	%
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	(11)	(12)	(13)
WS 2019/20	12	5	41,67	--	--	--	--	--	--	--	--	--
SS 2019	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--
WS 2018/19	9	3	33,33	--	--	--	--	--	--	--	--	--
Insgesamt	21	8	38,10	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%

Da aus dem Studiengang Immobilienwirtschaft (B.A.) zum Zeitpunkt der Erstellung des Selbstberichts noch keine Absolventinnen und Absolventen hervorgegangen sind, können derzeit keine Angaben zur Verteilung der Abschlussnoten und zur durchschnittlichen Studiendauer gemacht werden.

Studiengang 03: Sportmanagement (B.A.)

Erfassung "Erfolgsquote" und "Studierende nach Geschlecht"												
semester- bezogene Kohorte	StudienanfängerInnen			AbsolventInnen in RSZ			AbsolventInnen in RSZ + 1 Semester			AbsolventInnen in RSZ + 2 Semester		
	insgesamt	davon Frauen		insgesamt	davon Frauen		insgesamt	davon Frauen		insgesamt	davon Frauen	
		absolut	%		absolut	%		absolut	%		absolut	%
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	(11)	(12)	(13)
WS 2019/20	13	3	23,08	--	--	--	--	--	--	--	--	--
SS 2019	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--
WS 2018/19	7	0	0,00	--	--	--	--	--	--	--	--	--
SS 2018	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--
WS 2017/18	9	2	22,22	--	--	--	--	--	--	--	--	--
Insgesamt	29	5	17,24	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Da aus dem Studiengang Sportmanagement (B.A.) zum Zeitpunkt der Erstellung des Selbstberichts noch keine Absolventinnen und Absolventen hervorgegangen sind, können derzeit keine Angaben zur Verteilung der Abschlussnoten und zur durchschnittlichen Studiendauer gemacht werden.

Studiengang 04: Medienmanagement und Digitales Marketing (B.A.)

Erfassung "Erfolgsquote" und "Studierende nach Geschlecht"												
semester- bezogene Kohorte	StudienanfängerInnen			AbsolventInnen in RSZ			AbsolventInnen in RSZ + 1 Semester			AbsolventInnen in RSZ + 2 Semester		
	insgesamt	davon Frauen		insgesamt	davon Frauen		insgesamt	davon Frauen		insgesamt	davon Frauen	
		absolut	%		absolut	%		absolut	%		absolut	%
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	(11)	(12)	(13)
WS 2019/20	6	4	66,67	--	--	--	--	--	--	--	--	--
SS 2019	4	3	75,00	--	--	--	--	--	--	--	--	--
WS 2018/19	2	2	100,00	--	--	--	--	--	--	--	--	--
SS 2018	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--
WS 2017/18	6	4	66,67	--	--	--	--	--	--	--	--	--
Insgesamt	18	13	72,22	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Da aus dem Studiengang Medienmanagement und Digitales Marketing (B.A.) zum Zeitpunkt der Erstellung des Selbstberichts noch keine Absolventinnen und Absolventen hervorgegangen sind, können derzeit keine Angaben zur Verteilung der Abschlussnoten und zur durchschnittlichen Studiendauer gemacht werden.

Studiengang 05: Wirtschaftspsychologie (B.Sc.)

Erfassung "Erfolgsquote" und "Studierende nach Geschlecht"												
semester- bezogene Kohorte	StudienanfängerInnen			AbsolventInnen in RSZ			AbsolventInnen in RSZ + 1 Semester			AbsolventInnen in RSZ + 2 Semester		
	insgesamt	davon Frauen		insgesamt	davon Frauen		insgesamt	davon Frauen		insgesamt	davon Frauen	
		absolut	%		absolut	%		absolut	%		absolut	%
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	(11)	(12)	(13)
WS 2019/20	30	15	50,00	--	--	--	--	--	--	--	--	--
SS 2019	8	4	50,00	--	--	--	--	--	--	--	--	--
WS 2018/19	14	8	57,14	--	--	--	--	--	--	--	--	--
Insgesamt	52	27	51,92	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Da aus dem Studiengang Wirtschaftspsychologie (B.Sc.) zum Zeitpunkt der Erstellung des Selbstberichts noch keine Absolventinnen und Absolventen hervorgegangen sind, können der-

zeit keine Angaben zur Verteilung der Abschlussnoten und zur durchschnittlichen Studiendauer gemacht werden.

4.2 Daten zur Akkreditierung

Vertragsschluss Hochschule – Agentur:	27.02.2020
Eingang der Selbstdokumentation:	04.06.2020
Zeitpunkt der Begehung:	10.09.2020
Personengruppen, mit denen Gespräche geführt worden sind:	Präsident, Geschäftsführung, Studiengangsleitungen, Lehrende, Studierende aller Studiengänge und Absolventinnen und Absolventen, Verwaltungsmitarbeiterinnen und -mitarbeiter
An räumlicher und sächlicher Ausstattung wurde besichtigt (optional, sofern fachlich angezeigt):	Hochschule Fresenius Heidelberg, Sickingenstraße 63-65, 69126 Heidelberg

Betriebswirtschaftslehre (B.A.)

Erstakkreditiert am: 15.07.2016 Begutachtung durch Agentur: FIBAA	Von Wintersemester 2016/17 bis Ende Sommersemester 2022
--	---

Immobilienwirtschaft / Wirtschaftspsychologie (B.A.)

Erstakkreditiert am: 23.03.2018 Begutachtung durch Agentur: FIBAA	Von Wintersemester 2018/19 bis Ende Sommersemester 2023
--	---

Sportmanagement / Medienmanagement und Digitales Marketing (B.A.)

Erstakkreditiert am: 30.06.2017 Begutachtung durch Agentur: FIBAA	Von 01.09.2017 bis Ende Sommersemester 2022
--	---

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.
StAkkrStV	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 studiengangbezogene 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 Gesamtausbildung 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](#)