

Akkreditierungsbericht

Programmakkreditierung – Bündelverfahren

Raster Fassung 02 – 04.03.2020



[▶ Inhaltsverzeichnis](#)

Hochschule	ISM International School of Management GmbH
------------	---

Studiengang 01	<i>Applied Business Data Science</i>	
Abschlussbezeichnung	Master of Science (M.Sc.)	
Studienform	Präsenz <input type="checkbox"/>	Fernstudium <input checked="" type="checkbox"/>
	Vollzeit <input checked="" type="checkbox"/>	Intensiv <input type="checkbox"/>
	Teilzeit <input checked="" type="checkbox"/>	Joint Degree <input type="checkbox"/>
	Dual <input type="checkbox"/>	Kooperation § 19 MRVO <input type="checkbox"/>
	Berufs- bzw. ausbildungsbegleitend <input checked="" type="checkbox"/>	Kooperation § 20 MRVO <input type="checkbox"/>
Studiendauer (in Semestern)	4 Semester in Vollzeit, 6 oder 8 Semester in Teilzeit	
Anzahl der vergebenen ECTS-Punkte	120	
Bei Masterprogrammen:	konsekutiv <input checked="" type="checkbox"/>	weiterbildend <input type="checkbox"/>
Aufnahme des Studienbetriebs am (Datum)	1.3.2022	
Aufnahmekapazität (Maximale Anzahl der Studienplätze)	50	Pro Semester <input type="checkbox"/> Pro Jahr <input checked="" type="checkbox"/>
Durchschnittliche Anzahl* der Studienanfängerinnen und Studienanfänger		Pro Semester <input type="checkbox"/> Pro Jahr <input type="checkbox"/>
Durchschnittliche Anzahl* der Absolventinnen und Absolventen		Pro Semester <input type="checkbox"/> Pro Jahr <input type="checkbox"/>
* Bezugszeitraum:		

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

Verantwortliche Agentur	Foundation for International Business Administration Accreditation (FIBAA)
Zuständige/r Referent/in	Anja Gleißner
Akkreditierungsbericht vom	03.09.2021

Studiengang 02	<i>Digital Marketing Management</i>	
Abschlussbezeichnung	Master of Arts (M.A.)	
Studienform	Präsenz <input type="checkbox"/>	Fernstudium <input checked="" type="checkbox"/>
	Vollzeit <input checked="" type="checkbox"/>	Intensiv <input type="checkbox"/>
	Teilzeit <input checked="" type="checkbox"/>	Joint Degree <input type="checkbox"/>
	Dual <input type="checkbox"/>	Kooperation § 19 MRVO <input type="checkbox"/>
	Berufs- bzw. ausbildungsbegleitend <input checked="" type="checkbox"/>	Kooperation § 20 MRVO <input type="checkbox"/>
Studiendauer (in Semestern)	4 Semester in Vollzeit, 6 oder 8 Semester in Teilzeit	
Anzahl der vergebenen ECTS-Punkte	120	
Bei Masterprogrammen:	konsekutiv <input checked="" type="checkbox"/>	weiterbildend <input type="checkbox"/>
Aufnahme des Studienbetriebs am (Datum)	1.3.2022	
Aufnahmekapazität (Maximale Anzahl der Studienplätze)	50	Pro Semester <input type="checkbox"/> Pro Jahr <input checked="" type="checkbox"/>
Durchschnittliche Anzahl* der Studienanfängerinnen und Studienanfänger		Pro Semester <input type="checkbox"/> Pro Jahr <input type="checkbox"/>
Durchschnittliche Anzahl* der Absolvierenden und Absolventen		Pro Semester <input type="checkbox"/> Pro Jahr <input type="checkbox"/>
* Bezugszeitraum:		
Konzeptakkreditierung	<input checked="" type="checkbox"/>	
Erstakkreditierung	<input type="checkbox"/>	
Reakkreditierung Nr. (Anzahl)		

Studiengang 03	<i>Medien- & Kommunikationspsychologie</i>	
Abschlussbezeichnung	Master of Science (M.Sc.)	
Studienform	Präsenz <input type="checkbox"/>	Fernstudium <input checked="" type="checkbox"/>
	Vollzeit <input checked="" type="checkbox"/>	Intensiv <input type="checkbox"/>
	Teilzeit <input checked="" type="checkbox"/>	Joint Degree <input type="checkbox"/>
	Dual <input type="checkbox"/>	Kooperation § 19 MRVO <input type="checkbox"/>
	Berufs- bzw. ausbildungs- begleitend <input checked="" type="checkbox"/>	Kooperation § 20 MRVO <input type="checkbox"/>
Studiendauer (in Semestern)	4 Semester in Vollzeit, 6 oder 8 Semester in Teilzeit	
Anzahl der vergebenen ECTS-Punkte	120	
Bei Masterprogrammen:	konsekutiv <input checked="" type="checkbox"/>	weiterbildend <input type="checkbox"/>
Aufnahme des Studienbetriebs am (Datum)	1.3.2022	
Aufnahmekapazität (Maximale Anzahl der Studienplätze)	50	Pro Semester <input type="checkbox"/> Pro Jahr <input checked="" type="checkbox"/>
Durchschnittliche Anzahl* der Studien- anfängerinnen und Studienanfänger		Pro Semester <input type="checkbox"/> Pro Jahr <input type="checkbox"/>
Durchschnittliche Anzahl* der Absolven- tinnen und Absolventen		Pro Semester <input type="checkbox"/> Pro Jahr <input type="checkbox"/>
* Bezugszeitraum:		
Konzeptakkreditierung	<input checked="" type="checkbox"/>	
Erstakkreditierung	<input type="checkbox"/>	
Reakkreditierung Nr. (Anzahl)		

Studiengang 04	Sustainability Management	
Abschlussbezeichnung	Master of Arts (M.A.)	
Studienform	Präsenz <input type="checkbox"/>	Fernstudium <input checked="" type="checkbox"/>
	Vollzeit <input checked="" type="checkbox"/>	Intensiv <input type="checkbox"/>
	Teilzeit <input checked="" type="checkbox"/>	Joint Degree <input type="checkbox"/>
	Dual <input type="checkbox"/>	Kooperation § 19 MRVO <input type="checkbox"/>
	Berufs- bzw. ausbildungsbegleitend <input checked="" type="checkbox"/>	Kooperation § 20 MRVO <input type="checkbox"/>
Studiendauer (in Semestern)	4 Semester in Vollzeit, 6 oder 8 Semester in Teilzeit	
Anzahl der vergebenen ECTS-Punkte	120	
Bei Masterprogrammen:	konsekutiv <input checked="" type="checkbox"/>	weiterbildend <input type="checkbox"/>
Aufnahme des Studienbetriebs am (Datum)	1.3.2022	
Aufnahmekapazität (Maximale Anzahl der Studienplätze)	50	Pro Semester <input type="checkbox"/> Pro Jahr <input checked="" type="checkbox"/>
Durchschnittliche Anzahl* der Studienanfängerinnen und Studienanfänger		Pro Semester <input type="checkbox"/> Pro Jahr <input type="checkbox"/>
Durchschnittliche Anzahl* der Absolventinnen und Absolventen		Pro Semester <input type="checkbox"/> Pro Jahr <input type="checkbox"/>
* Bezugszeitraum:		
Konzeptakkreditierung	<input checked="" type="checkbox"/>	
Erstakkreditierung	<input type="checkbox"/>	
Reakkreditierung Nr. (Anzahl)		

Inhalt

Ergebnisse auf einen Blick	8
Studiengang 01: Applied Business Data Science (M.Sc.)	8
Studiengang 02: Digital Marketing Management (M.A.)	9
Studiengang 03: Medien- & Kommunikationspsychologie (M.Sc.)	10
Studiengang 04: Sustainability Management (M.A.)	11
<i>Kurzprofil des Studiengangs</i>	12
Für alle Studiengänge	12
Studiengang 01: Applied Business Data Science (M.Sc.)	13
Studiengang 02: Digital Marketing Management (M.A.)	13
Studiengang 03: Medien- & Kommunikationspsychologie (M.Sc.)	13
Studiengang 04: Sustainability Management (M.A.)	14
<i>Zusammenfassende Qualitätsbewertung des Gutachtergremiums</i>	15
Für alle Studiengänge	15
Studiengang 01: Applied Business Data Science (M.Sc.)	15
Studiengang 02: Digital Marketing Management (M.A.)	16
Studiengang 03: Medien- & Kommunikationspsychologie (M.Sc.)	16
Studiengang 04: Sustainability Management (M.A.)	16
1 Prüfbericht: Erfüllung der formalen Kriterien	17
<i>Studienstruktur und Studiendauer (§ 3 StudakVO)</i>	17
<i>Studiengangsprofile (§ 4 StudakVO)</i>	17
<i>Zugangsvoraussetzungen und Übergänge zwischen Studienangeboten (§ 5 StudakVO)</i>	18
<i>Abschlüsse und Abschlussbezeichnungen (§ 6 StudakVO)</i>	19
<i>Modularisierung (§ 7 StudakVO)</i>	19
<i>Leistungspunktesystem (§ 8 StudakVO)</i>	20
<i>Anerkennung und Anrechnung (Art. 2 Abs. 2 StAkkrStV)</i>	21
2 Gutachten: Erfüllung der fachlich-inhaltlichen Kriterien	22
2.1 <i>Schwerpunkte der Bewertung / Fokus der Qualitätsentwicklung</i>	22
2.2 <i>Erfüllung der fachlich-inhaltlichen Kriterien</i>	22
<i>Qualifikationsziele und Abschlussniveau (§ 11 StudakVO)</i>	22
<i>Schlüssiges Studiengangskonzept und adäquate Umsetzung (§ 12 StudakVO)</i>	27
Curriculum (§ 12 Abs. 1 Sätze 1 bis 3 und 5 StudakVO)	27
Mobilität (§ 12 Abs. 1 Satz 4 StudakVO)	46
Personelle Ausstattung (§ 12 Abs. 2 StudakVO)	47
Ressourcenausstattung (§ 12 Abs. 3 StudakVO)	50

Prüfungssystem (§ 12 Abs. 4 StudakVO).....	54
Studierbarkeit (§ 12 Abs. 5 StudakVO)	56
Besonderer Profilanpruch (§ 12 Abs. 6 StudakVO).....	58
<i>Fachlich-Inhaltliche Gestaltung der Studiengänge (§ 13 StudakVO).....</i>	<i>60</i>
Aktualität der fachlichen und wissenschaftlichen Anforderungen (§ 13 Abs. 1 StudakVO).....	60
<i>Studienerfolg (§ 14 StudakVO).....</i>	<i>62</i>
<i>Geschlechtergerechtigkeit und Nachteilsausgleich (§ 15 StudakVO).....</i>	<i>67</i>
3 Begutachtungsverfahren	69
3.1 <i>Allgemeine Hinweise</i>	69
3.2 <i>Rechtliche Grundlagen</i>	69
3.3 <i>Gutachtermgremium</i>	70
4 Datenblatt	71
4.1 <i>Daten zum Studiengang</i>	71
4.2 <i>Daten zur Akkreditierung</i>	71
5 Glossar	72

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: ISM Studiengänge SS 2021 Master- und Promotionsprogramme	12
Abbildung 2: Curriculum: Applied Business Data Science (M.Sc.) Vollzeit.....	32
Abbildung 3: Curriculum: Applied Business Data Science (M.Sc.) Teilzeit schnell.....	32
Abbildung 4: Curriculum: Applied Business Data Science (M.Sc.) Teilzeit langsam	33
Abbildung 5: Curriculum: Digital Marketing Management (M.A.) Vollzeit	34
Abbildung 6: Curriculum: Digital Marketing Management (M.A.) Teilzeit schnell.....	35
Abbildung 7: Curriculum: Digital Marketing Management (M.A.) Teilzeit langsam	35
Abbildung 8: Curriculum: Medien- & Kommunikationspsychologie (M.Sc.) Vollzeit.....	38
Abbildung 9: Curriculum: Medien- & Kommunikationspsychologie (M.Sc.) Teilzeit schnell	38
Abbildung 10: Curriculum: Medien- & Kommunikationspsychologie (M.Sc.) Teilzeit langsam...	39
Abbildung 11: Curriculum: Sustainability Management (M.A.) Vollzeit	41
Abbildung 12: Curriculum: Sustainability Management (M.A.) Teilzeit schnell	42
Abbildung 13: Curriculum: Sustainability Management (M.A.) Teilzeit langsam	42
Abbildung 14: Personalausstattung der hauptberuflichen Lehrkräfte (Stand September 2020).	47
Abbildung 15: Forschungs- und Kooperationsplattformen der ISM	49
Abbildung 16: Didaktisches Konzept der ISM	59
Abbildung 17: QM Kreislauf (vgl. Selbstbericht S. 46)	63

Ergebnisse auf einen Blick

Studiengang 01: Applied Business Data Science (M.Sc.)

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

Die formalen Kriterien sind

- erfüllt
- nicht erfüllt

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

Die fachlich-inhaltlichen Kriterien sind

- erfüllt
- nicht erfüllt

Studiengang 02: Digital Marketing Management (M.A.)

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

Die formalen Kriterien sind

erfüllt

nicht erfüllt

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

Die fachlich-inhaltlichen Kriterien sind

erfüllt

nicht erfüllt

Studiengang 03: Medien- & Kommunikationspsychologie (M.Sc.)

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

Die formalen Kriterien sind

erfüllt

nicht erfüllt

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

Die fachlich-inhaltlichen Kriterien sind

erfüllt

nicht erfüllt

Studiengang 04: Sustainability Management (M.A.)

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

Die formalen Kriterien sind

erfüllt

nicht erfüllt

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

Die fachlich-inhaltlichen Kriterien sind

erfüllt

nicht erfüllt

Kurzprofil des Studiengangs

Für alle Studiengänge

Die Studiengangsleitungen haben ihre persönliche Lehrerfahrung in die Konzeption der Studiengänge einfließen lassen und unterrichten zudem in vergleichbaren Präsenzstudiengängen, für die bereits Evaluationen vorliegen (siehe Abb.1). Gemäß den Angaben im Selbstbericht (vgl. S. 9-13) handelt es sich bei den Studiengängen um Fernstudiengänge: In asynchronen Lehrveranstaltungen, Video-Lecture mit begleitendem Skript, wird schriftliches und audiovisuelles Selbstlern-Studienmaterial eingesetzt. Ergänzt werden synchrone Lehrveranstaltungen mit einer seminaristischen Struktur, die von einer Lehrperson geleitet werden.

Die Studiengänge können in Vollzeit oder in zwei Teilzeitvarianten studiert werden und richten sich an Personen, die sich eine hohe zeitliche und räumliche Flexibilität wünschen.

ISM Studiengänge SS 2021 Master- und Promotionsprogramme

ISM
INTERNATIONAL
SCHOOL OF MANAGEMENT

MASTER-STUDIENGÄNGE VOLLZEIT

	Business Intelligence & Data Science	M.Sc.
	Digital Marketing	M.A.
	Entrepreneurship	M.A.
	Finance	M.Sc.
	Human Resources Management & Digital Transformation	M.A.
	International Business	M.A.
	International Logistics & Supply Chain Management	M.Sc.
	International Management	M.Sc.
	Luxury, Fashion & Sales Management	M.A.
	Organizational Psychology & Human Resources Management*	M.Sc.
	Psychology & Management	M.Sc.
	Real Estate Management	M.Sc.
	Sustainability & Business Transformation	M.A.
	Strategic Marketing Management	M.A.
	MBA General Management (Vollzeit/Teilzeit)	MBA

MASTER FERNSTUDIUM

	Sustainability Management (ab SS 2022)	M.A.
	Medien- & Kommunikationspsychologie (ab SS 2022)	M.Sc.
	Applied Business Data Science (ab SS 2022)	M.Sc.
	Digital Marketing Management (ab SS 2022)	M.A.
	Health Care Management (ab SS 2023)	M.A.
	Taxation (ab WS 2022)	LL.M

PROMOTIONSPROGRAMME

- Strathclyde Business School
 - Northumbria University
 - IQS School of Management
 - Bond University
- PhD

MASTER BERUFSBEGLEITEND

	Management	M.A.
--	------------	------

* Neuer Name zum 01.09.2022 Arbeits- & Organisationspsychologie (M.Sc.) beantragt, wird nachfolgend verwendet

8

Abbildung 1: ISM Studiengänge SS 2021 Master- und Promotionsprogramme

Studiengang 01: Applied Business Data Science (M.Sc.)

Der englischsprachige Studiengang Applied Business Data Science (M.Sc.) greift die datengetriebene Sicht auf das Management auf. Der Studiengang ist an der Schnittstelle zwischen Wirtschaftswissenschaften und (Wirtschafts-)Informatik angesiedelt.

Der Studiengang richtet sich an Personen mit Hochschulzugangsberechtigung und einem ersten Bachelorabschluss im Bereich Wirtschaftswissenschaften, die sich in technischen und quantitativen Themen weiterentwickeln möchten.

Die Ausbildung in verschiedenen Methoden zur Datenanalyse befähigt die Studierenden sowohl in Grundlagen der Datenorganisation, z. B. in der Aufbereitung als auch in der wirtschaftlichen Analyse, z.B. Interpretation für strategische Alternativen, tätig zu werden. Consulting-Inhalte werden explizit und auch vor dem Hintergrund von Datenprojekten geschult. Mögliche Berufsfelder sind Data Scientists, Data Consultants, Projektleitung in Datenstudien und Systemarchitektinnen und -architekten im Management.

Studiengang 02: Digital Marketing Management (M.A.)

Der englischsprachige Studiengang Digital Marketing Management (M.A.) bereitet gezielt auf Berufe im Bereich Digital- und Online-Marketing sowie im Bereich des Marketing-Managements vor und befähigt Absolventinnen und Absolventen, Unternehmen beim Agieren in der digitalen Welt zu unterstützen. Im Vordergrund steht die individuelle Kompetenzentwicklung von der Konzeption digitaler Marketingstrategien und der Planung digitaler Kommunikationskanäle und -inhalte bis zur operativen Umsetzung digitaler Marketingmaßnahmen. Der Studiengang richtet sich an Personen mit einem wirtschaftswissenschaftlichen Bachelorabschluss.

Studiengang 03: Medien- & Kommunikationspsychologie (M.Sc.)

Der Studiengang Medien- & Kommunikationspsychologie (M.Sc.) richtet sich an Personen mit einem wirtschaftswissenschaftlichen Bachelorabschlusses ohne bisherige Berührungspunkte mit psychologischen Fächern.

Ziel des Studiengangs ist es, Studierende dazu zu befähigen, medien- und kommunikationspsychologische Erkenntnisse in konkreten Praxisfeldern, z. B. als Anbieter von E-Learning-Angeboten, in der Marktforschung und Werbeagenturen anwenden zu können. Die Studierenden erwerben Wissen und Kompetenzen in den Bereichen Allgemeine Psychologie, Sozial-, Medien- und Kommunikationspsychologie und Digital Marketing Tools oder Digital Customer Experience sowie Forschungsmethoden und angewandte Statistik.

Studiengang 04: Sustainability Management (M.A.)

Der englischsprachige Studiengang richtet sich an Personen mit einem Bachelorabschluss eines wirtschaftswissenschaftlichen Studiums und zielt auf zukünftige Führungskräfte mit internationalem Bezug ebenso wie auf internationale Studierende, die einen deutschen Studienabschluss im Bereich Nachhaltigkeit suchen. Die zukünftigen Führungskräfte erwerben die notwendigen Fähigkeiten zur Umsetzung von Nachhaltigkeit in unternehmerischen Kontexten, zur Transformation bestehender und Innovation neuer Geschäftsmodelle der Nachhaltigkeit sowie zur Unterstützung einer nachhaltigen Entwicklung in Wirtschaft und Gesellschaft.

Zusammenfassende Qualitätsbewertung des Gutachtergremiums

Für alle Studiengänge

Der Gesamteindruck des Gutachtergremiums hinsichtlich der Studiengänge war positiv. In den Gesprächen im Rahmen der virtuellen Begutachtung konnte sich das Gutachtergremium einen vertieften Eindruck darüber verschaffen, welche Inhalte und Qualifikationsziele vermittelt werden sollen. Das Gutachtergremium konnte sich davon überzeugen, dass in den Studiengängen aktuelle Themen behandelt sowie vielfältige Lehr- und Lernformen angewendet werden, wie z. B. Live-Veranstaltungen, Gruppenarbeiten und Fallstudien. Das Fernstudiengangskonzept ist nach Ansicht des Gutachtergremiums sehr gut umgesetzt. Zu dieser Überzeugung kam es aufgrund der benutzerfreundlichen Umsetzung der Lernplattform sowie der personellen Beratung und Betreuung der Studierenden durch Tutorinnen und Tutoren und Study-Coaches.

Ein Aspekt, den das Gutachtergremium in den Studiengängen als durchweg positiv wahrnimmt, ist die adäquate Mischung an Prüfungsleistungen, wie beispielsweise E-Klausuren, Berichte, Hausarbeiten und E-Portfolios. Durch den Einsatz verschiedener Prüfungsformen können die Lernergebnisse kompetenzorientiert überprüft werden. Das Gutachtergremium empfiehlt der Hochschule, die Software Proctorio kontinuierlich zu evaluieren, und schlägt vor, alternative Online-Prüfungsformen wie Open-Book-Klausuren, Take-Home Exams und mündliche Prüfungen anstelle von E-Klausuren einzusetzen.

In den Studiengängen werden fachspezifische Inhalte und Qualifikationsziele vermittelt, die dem angestrebten Masterniveau entsprechen. Jedoch wäre es nach Ansicht des Gutachtergremiums wünschenswert, den Umfang der fachspezifischen Inhalte in den Studiengängen zu erhöhen, sowie die Ausweitung von Wahlmodulen und Wahlmöglichkeiten studiengangsspezifischer zu gestalten. Zusätzlich ist das Gutachtergremium der Meinung, dass zur Unterstützung des Studienerfolgs der Studierenden das digitale Angebot der Bibliothek bedarfsorientiert kontinuierlich ausgebaut werden sollte.

Studiengang 01: Applied Business Data Science (M.Sc.)

Das Gutachtergremium hat einen insgesamt positiven Gesamteindruck. Nach den Gesprächen mit den am Studiengang Beteiligten verfestigte sich der Eindruck, dass die vermittelten Inhalte und Qualifikationsziele dem angestrebten Masterniveau entsprechen sowie den aktuellen Anforderungen an die Berufstätigkeit gerecht werden.

Studiengang 02: Digital Marketing Management (M.A.)

Das Gutachtergremium hat einen insgesamt positiven Gesamteindruck. Die Inhalte des Studiengangs werden der Zielsetzung gerecht, und qualifizieren Absolventinnen und Absolventen für Berufsfelder im Bereich des digitalen Marketings.

Studiengang 03: Medien- & Kommunikationspsychologie (M.Sc.)

Das Gutachtergremium hat einen insgesamt positiven Gesamteindruck. Die Erreichung der festgelegten Qualifikationsziele durch die im Curriculum auffindbaren Inhalte wird gewährleistet. Kritisch betrachtet das Gutachtergremium, dass für die Zulassung keine Kenntnisse in der Psychologie benötigt werden.

Studiengang 04: Sustainability Management (M.A.)

Das Gutachtergremium hat einen insgesamt positiven Gesamteindruck. In den Gesprächen im Rahmen der Begehung konnte sich das Gutachtergremium einen vertieften Eindruck über die Inhalte und Qualifikationsziele des Studiengangs verschaffen. Die Inhalte des Studiengangs werden der Zielsetzung gerecht.

1 Prüfbericht: Erfüllung der formalen Kriterien

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

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

Sachstand/Bewertung

Bei allen Studiengängen handelt es sich um konsekutive Masterstudiengänge mit 120 ECTS-Leistungspunkten. Sie haben in der Vollzeit-Variante eine Regelstudienzeit von vier Semestern. Für Studierende in Teilzeit werden die Module auf sechs („schnelle“ Teilzeitvariante) bzw. acht („langsame“ Teilzeitvariante) Semester verteilt. Die Studiengänge bauen auf einen wirtschaftswissenschaftlichen Bachelorstudiengang auf, so dass die Gesamtregelstudienzeit im Vollzeitstudium fünf Jahre (zehn Semester) beträgt.

Entscheidungsvorschlag

Kriterium ist erfüllt.

Studiengangsprofile ([§ 4 StudakVO](#))

Sachstand/Bewertung

Die Studiengänge Applied Business Data Science (M.Sc.), Digital Marketing Management (M.A.) und Sustainability Management (M.A.) sind anwendungsorientiert. Im Rahmen der Live-Veranstaltungen steht das praktische Einüben des theoretisch vermittelten Wissens anhand von Fallstudien, Übungen und Praxisprojekten im Fokus. Die Studierenden sollen in die Lage versetzt werden, strategische und operative Problemstellungen zu analysieren, Lösungskonzepte zu entwickeln und diese erfolgreich in der Unternehmenspraxis anzuwenden. So stellen auch anwendungs- bzw. praxisorientierte Themen den Schwerpunkt der Masterarbeitsthemen dar.

Der Studiengang Medien- & Kommunikationspsychologie (M.Sc.) ist ein eher forschungsorientierter Studiengang, da den Studierenden umfassend psychologische Forschungs- und Auswertungsmethoden vermittelt werden und darüber hinaus in den einzelnen Modulen auf aktuelle Forschungsarbeiten vertiefend eingegangen wird.

Die Abschlussarbeit soll zeigen, dass die zu prüfende Person befähigt ist, innerhalb einer vorgegebenen Frist eine praxisorientierte Fragestellung aus einem Fachgebiet des gewählten Studiengangs sowohl in ihren fachlichen Einzelheiten als auch in den fachübergreifenden Zusammenhängen nach wissenschaftlichen und fachpraktischen Methoden selbstständig zu bearbeiten (vgl. § 19 (1) Prüfungsordnung für die Master-Fernstudiengänge).

Entscheidungsvorschlag

Kriterium ist erfüllt.

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

Sachstand/Bewertung

Die Zugangsvoraussetzungen definiert die Hochschule in den §§ 4 - 7 der „Zulassungsordnung für die Master Fern-Studiengänge“ und § 2 der „Prüfungsordnung für die Master Fern-Studiengänge“, wonach die Fachhochschulreife oder die allgemeine Hochschulreife oder eine durch die zuständigen staatlichen Stellen als gleichwertig anerkannte Zugangsberechtigung nachgewiesen werden muss.

Gemäß § 5 der Zulassungsordnung ist die Grundvoraussetzung für eine Zulassung zu den Masterstudiengängen der Nachweis eines erfolgreich abgeschlossenen Bachelor-Studiums, welches mindestens 180 ECTS-Leistungspunkte umfasst, oder eines gleichwertigen Studiums an einer Universität oder Fachhochschule oder einer ausländischen Hochschule entsprechenden Ranges. Das Erststudium muss in einem wirtschaftswissenschaftlichen Studiengang absolviert worden sein, in dem mindestens 50 ECTS-Leistungspunkte im Fachgebiet Wirtschaftswissenschaften nachzuweisen sind. Fehlende fachspezifische ECTS-Leistungspunkte können sowohl in den Wirtschaftswissenschaften als auch in quantitativer Fachkenntnis durch eine qualifizierte Berufserfahrung bzw. entsprechende Praktika ersetzt werden (siehe § 5 Zulassungsordnung).

Nach §§ 4 und 6 der Zulassungsverordnung müssen Studienbewerberinnen und -bewerber mindestens Englischkenntnisse auf dem Niveau B2 nachweisen und für den deutschsprachigen Studiengang Medien- & Kommunikationspsychologie müssen Bewerberinnen und Bewerber über Deutschkenntnisse auf mindestens B2 Niveau verfügen.

Weiterhin wird die Teilnahme an einem Auswahlverfahren, das der Studienberatung dient, vorausgesetzt. Es besteht aus einem Online-Eignungstest und einem Aufnahmegespräch (§ 8 der Zulassungsordnung).

Entscheidungsvorschlag

Kriterium ist erfüllt.

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

Sachstand/Bewertung

Der Abschlussgrad richtet sich nach der inhaltlichen Ausrichtung des jeweiligen Studiengangs. Laut § 6 StudakVO sind für wirtschaftswissenschaftliche Studiengänge je nach inhaltlicher Ausrichtung die Grade Master of Arts (M.A.) oder Master of Science (M.Sc.) möglich.

In den folgenden Studiengängen wird der Titel Master of Arts verliehen:

Digital Marketing Management (M.A.): Es wird der Titel Master of Arts (M.A.) verliehen, da der Studiengang einen deutlichen Fokus auf anwendungsbezogene Aspekte des Marketings sowie die strategische Planung und Konzeption von digitalen Kommunikationskanälen und -inhalten setzt und die Studierenden praxisnah auf Berufe im Bereich Digital- und Online-Marketing sowie im Bereich des Marketing-Managements vorbereitet.

Sustainability Management (M.A.): Es wird auf Grund der inhaltlichen Ausrichtung der Abschluss Master of Arts (M.A.) vergeben.

In folgenden Studiengängen wird der Titel Master of Science verliehen:

Applied Business Data Science (M.Sc.): Es wird der Abschluss Master of Science vergeben, da die Schwerpunkte deutlich im mathematischen, statistischen bzw. informationstechnischen Bereich liegen.

Medien- & Kommunikationspsychologie (M.Sc.): Es wird der Abschluss Master of Science vergeben, da dieser Studiengang einen starken Fokus auf die Vermittlung psychologischer Kenntnisse und Fertigkeiten setzt.

Für alle Studiengänge:

Das Diploma Supplement erteilt Auskunft über das dem Abschluss zugrunde liegende Studium im Einzelnen. Es wird die zwischen Kultusministerkonferenz und Hochschulrektorenkonferenz abgestimmte aktuelle Fassung (2018) verwendet.

Entscheidungsvorschlag

Kriterium ist erfüllt.

Modularisierung ([§ 7 StudakVO](#))

Sachstand/Bewertung

Die Studiengänge setzen sich aus thematisch und zeitlich abgegrenzten sowie in sich abgeschlossenen Studieneinheiten (Modulen) gemäß dem Europäischen System zur Übertragung und Akkumulierung von Studienleistungen (ECTS-Leistungspunkten) zusammen. Die Modulbe-

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

Alle Module haben einen Umfang von mindestens fünf ECTS-Leistungspunkten. Alle Module werden innerhalb jeweils eines Semesters abgeschlossen. Eine Ausnahme bildet die Masterthesis, die aufgrund der 30 ECTS-Leistungspunkte nur bei einem Studium in Vollzeit innerhalb eines Semesters bearbeitet wird und bei einem Studium in Teilzeit über zwei Semester bearbeitet wird.

Entscheidungsvorschlag

Kriterium ist erfüllt.

Leistungspunktesystem ([§ 8 StudakVO](#))

Sachstand/Bewertung

Jedem ECTS-Leistungspunkt liegt eine Arbeitsbelastung von 30 Stunden zugrunde (vgl. Prüfungsordnung für die Master-Fernstudiengänge §3 (2)). Pro Semester sind 30 (Vollzeit) bzw. 20 (Teilzeit „schnell“) und 15 (Teilzeit „langsam“) ECTS-Leistungspunkte vorgesehen (vgl. Prüfungsordnung für die Master-Fernstudiengänge §3 (1)). Die Masterarbeit umfasst 30 ECTS-Leistungspunkte (vgl. § 3 Abs. 3 Prüfungsordnung Master-Fernstudiengänge). Der Umfang der Thesis beträgt zwischen 25.000 und 30.000 Wörtern und die Bearbeitungsdauer 22 Wochen in Vollzeit und 33 und 44 Wochen in den beiden Teilzeitvarianten (vgl. § 19 Abs. 3 und § 21 Abs. 3 PO Master-Fernstudiengänge).

Für die Module werden ECTS-Leistungspunkte gewährt, wenn die Leistungen nachgewiesen werden. Die Zulassungsbestimmungen stellen sicher, dass für die vorliegenden Masterstudiengänge unter Einbeziehung des vorangehenden Studiums bis zum ersten berufsqualifizierenden Abschluss (mindestens 180 ECTS-Leistungspunkte) insgesamt 300 ECTS-Leistungspunkte erreicht werden.

Entscheidungsvorschlag

Kriterium ist erfüllt.

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

Sachstand/Bewertung

Die Anerkennung und Anrechnung von Studien- und Prüfungsleistungen sowie Studienzeiten ist in § 8 PO Master-Fernstudiengänge verbindlich geregelt.

Anerkennung (vgl. § 8 Abs. 1 bis 5 PO Master-Fernstudiengänge)

Paragraph 8 der Prüfungsordnung besagt, dass Studien- und Prüfungsleistungen, die in einem anderen Studiengang erbracht worden sind, auf Antrag anerkannt werden, sofern hinsichtlich der erworbenen Kompetenzen, Inhalte sowie des Qualifikationsniveaus und/oder des Profils (z. B. forschungs- oder anwendungsorientiert) kein wesentlicher Unterschied zu den Leistungen besteht, die ersetzt werden. Über Anerkennungen entscheidet der Prüfungsausschuss. Anträge auf Anerkennung sind innerhalb von drei Monaten zu bearbeiten. Die Anerkennung wird im Zeugnis gekennzeichnet.

Anrechnung (vgl. § 8 Abs. 6 und 7 PO Master-Fernstudiengänge)

Laut Paragraph 8 der Prüfungsordnung für Master-Fernstudiengänge können auf Antrag außerhalb des Hochschulwesens erworbene Kenntnisse und Fähigkeiten auf der Grundlage vorgelegter Unterlagen angerechnet werden, wenn diese Kenntnisse und Fähigkeiten den Studien- und Prüfungsleistungen, die sie ersetzen sollen, nach Inhalt und Niveau gleichwertig sind. Über Anrechnungen entscheidet der Prüfungsausschuss. Anträge auf Anrechnung werden innerhalb von drei Monaten bearbeitet. Außerhochschulische Leistungen können zu maximal 50% auf Studien- und Prüfungsleistungen angerechnet werden. Angerechnete Leistungen werden mit dem Vermerk „bestanden“ in das Zeugnis aufgenommen.

Entscheidungsvorschlag

Kriterium ist erfüllt.

2 Gutachten: Erfüllung der fachlich-inhaltlichen Kriterien

2.1 Schwerpunkte der Bewertung / Fokus der Qualitätsentwicklung

Bei der Begutachtung wurde berücksichtigt, dass es sich bei diesen Studiengängen um eine Konzeptakkreditierung handelt. Das Gutachtergremium konnte mit eingeschriebenen Studierenden aus vergleichbaren Studiengängen sprechen.

2.2 Erfüllung der fachlich-inhaltlichen Kriterien

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

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

a) Studiengangsübergreifende Aspekte

Laut Selbstbericht (S. 19) ist das Ziel der Master-Fernstudiengänge, die Absolventinnen und Absolventen auf Managementtätigkeiten in Unternehmen und Organisationen vorzubereiten sowie die in einem wirtschaftswissenschaftlichen Bachelorstudiengang erworbenen Kompetenzen zu vertiefen und erweitern. Dabei soll insbesondere fach- und branchenübergreifendes Wissen vermittelt werden und die Absolventinnen und Absolventen dazu befähigt werden, wissenschaftliche Methoden zur Lösung komplexer Problemstellungen aus der Praxis zu nutzen.

Die Absolventinnen und Absolventen haben folgende Kompetenzen erlangt (vgl. Selbstbericht S. 19 f.):

- **Wirtschaftswissenschaftliche Kompetenz:** Sie verfügen über ein breites und integriertes wirtschaftswissenschaftliches Fachwissen, verstehen auch komplexere Theorien und Methoden und können dieses Wissen auf konkrete Problemstellungen aus der betrieblichen Praxis anwenden. Dabei sind sie in der Lage, auch widersprüchliche Konzepte und Haltungen zu integrieren, und volkswirtschaftliche, wirtschaftspolitische, rechtliche und ökologische Perspektiven kritisch einzuordnen.
- **Wissenschaftliche Kompetenz:** Sie können nach wissenschaftlichen Prinzipien praxisnahe Fragestellungen bearbeiten und eigenständig Lösungsvorschläge erarbeiten, bewerten und umsetzen. Dabei sind sie in der Lage, auch umfangreichere Projekte durchzuführen und die erlernten Theorien und Methoden empirisch untermauert anzuwenden. Sie können sowohl quantitative als auch qualitative Forschungsmethoden einsetzen und sind befähigt, sich eigenständig neue Methoden anzueignen und diese anzuwenden.
- **Sozial-ethische Kompetenzen:** Sie können zielorientiert interagieren und arbeiten und sind in der Lage, betriebliche Entscheidungen in Bezug auf ihre gesellschaftlichen und ökologischen Auswirkungen sowie moralischen Zielvorstellungen zu bewerten. Sie ver-

stehen die Beziehungen von Unternehmen und Organisationen mit unterschiedlichen gesellschaftlichen Stakeholdern und sind in der Lage, unterschiedliche Interessen zu integrieren.

- Problemlösungs- und Kommunikationskompetenz: Sie erwerben berufliche Handlungskompetenz. Sie können auch komplexe Vorgänge und Probleme der Managementpraxis analysieren und selbstständig ökonomisch begründete Lösungen erarbeiten. Dabei sind sie in der Lage, sich eigenständig auch fachübergreifendes neues Wissen anzueignen und dieses Wissen für die Praxis zu nutzen, sowie ihre Anliegen in globalen und diversen Kontexten rhetorisch geschickt zu präsentieren und zu vertreten.
- Medienkompetenz: Sie können digitale Medien nutzen, um selbstgesteuert und zielgerichtet Inhalte zu recherchieren, einzuordnen und zu bewerten sowie mit anderen zu kommunizieren und zusammenzuarbeiten. Sie sind in der Lage, Informationen zu bewerten, Widersprüche zu integrieren und sich so eigenständig neues Wissen anzueignen, da sie bei der Gestaltung von medienbasierter Kommunikation in unterschiedlichen Kontexten betriebswirtschaftliche, technische, ethische, soziale und psychologische Rahmenbedingungen und Konsequenzen kennen und verstehen.
- Führungskompetenz: Sie werden dabei unterstützt, in die Rolle einer Führungskraft hineinzuwachsen und verstehen, welche Herausforderungen sich aus der Digitalisierung, dem demografischen Wandel sowie der Globalisierung für Führungskräfte ergeben und welche Rolle die Nachhaltigkeit eines Geschäftsmodells für dessen Erfolg spielt. Sie kennen unterschiedliche Konzepte für Führung und Projektmanagement und können diese vergleichend bewerten. Sie sind in der Lage, teamorientiert zu führen und dabei unterschiedliche Interessen, Persönlichkeiten und Kompetenzen der Teammitglieder zu berücksichtigen und zu integrieren.

Studiengangsspezifische Aspekte

Je nach gewähltem Studienschwerpunkt haben sich die Absolventinnen und Absolventen mit den folgenden Themenfeldern vertieft auseinandergesetzt (vgl. Diploma Supplements der Fern-Studiengänge sowie Selbstbericht S. 20-23):

Studiengang 01: Applied Business Data Science (M.Sc.)

Der Studiengang Applied Business Data Science (M.Sc.) bereitet die Studierenden auf Berufsfelder vor, die an der Schnittstelle zwischen Wirtschaftswissenschaften und Informatik sowie Wirtschaftsinformatik angesiedelt sind. Es werden die notwendigen Fachkompetenzen vermittelt, die Fach- und Führungskräfte als Data Scientists, Data Consultants, in der Projektleitung für Datenstudien oder als Systemarchitektinnen und -architekten benötigen.

Um im Bereich Data Science erfolgreich arbeiten zu können, wird im Studienprogramm zunächst eine vertiefte Data Literacy vermittelt; damit ist ein allumfassendes Verständnis von Daten als Informationsträger und Basis zur Erkenntnisgewinnung gemeint. Es werden sowohl die theoretischen Kenntnisse vermittelt als auch konkrete Methoden und Werkzeuge, die notwendig sind, um im Bereich Data Science und Data Analytics arbeiten zu können. Die Studierenden lernen Methoden und Tools zur Datenbereitstellung und Datenmodellbildung, wie SQL und DWH kennen und üben deren Anwendung. Ergänzend werden vertiefte Kompetenzen in der Anwendung von Methoden und Tools zur Datenanalyse, -visualisierung, -modellierung mit Hilfe von multivariater Statistik, Inferenzstatistik, R, Python und SPSS sowie Anwendung von Methoden und Tools zur Verbreitung und Verteilung der Erkenntnisse durch Reporting, Dashboards und Scoring-Implementierungen vermittelt.

Die Studierenden lernen, ihr wirtschaftswissenschaftliches Wissen, insbesondere das Verständnis der gesamten Wertschöpfungskette einer Unternehmung, als Basis für die Erhebung, Nutzung oder Weiterverarbeitung von Daten zu nutzen, um mit den Analysen operationalisierbare Mehrwerte zu schaffen. Ziel ist, die Möglichkeiten, aber auch Grenzen von datenbasierten Entscheidungen zu reflektieren und deren Relevanz für die Weiterentwicklung der Geschäftsmodelle, auch digitaler, einzuschätzen. Außerdem lernen sie auf jeder Stufe eines Analyseprojektes, die Stakeholder einzubeziehen und deren Anforderungen an die Darstellung und Nutzung von Daten und Ergebnissen zu berücksichtigen.

Absolventen und Absolventinnen sollen in der Lage sein, sich die passenden Datenmodelle zusammenzustellen und mit statistischen Verfahren Mehrwerte in Bezug auf die vorliegende Wertschöpfungskette im ständigen Dialog mit dem Stakeholder generieren zu können. Sie sollen diese angemessen kommunizieren können. So können operationalisierbare, d. h. konkrete Handlungen zur Effizienz- und / oder Effektivitätssteigerung entstehen.

Studiengang 02: Digital Marketing Management (M.A.)

Der Studiengang Digital Marketing Management bereitet angehende Führungskräfte fundiert und anwendungsorientiert auf Berufe und Karrieren im Bereich Digital- und Online-Marketing sowie im Bereich des Marketing-Managements vor. Die zunehmende Digitalisierung hat auch für Unternehmen und ihre Marketingaktivitäten weitreichende Folgen. Kommunikation mit Konsumenten verlagert sich immer stärker in digitale Kanäle wie soziale Netzwerke und erfolgt nicht mehr nur einseitig von Unternehmensseite, sondern gibt Konsumentinnen und Konsumenten die Möglichkeit, schneller und einfacher auf Kommunikationsmaßnahmen zu reagieren oder aktiv daran zu partizipieren. Messenger verstärken diesen Trend durch die Möglichkeit der mobilen Nutzung. Entsprechend verändern digitale Kommunikationswege grundlegend, wie Konsumentinnen und Konsumenten Informationen suchen, Käufe tätigen und den Kontakt zu Mar-

ken pflegen. Konsumentinnen und Konsumenten haben heutzutage den Anspruch, entlang ihrer Customer Journey ohne Aufwand zwischen physischen und digitalen Kanälen zu wechseln, sodass die nahtlose Vernetzung dieser Kanäle seitens des Unternehmens im Sinne von Omnichannel Management von fundamentaler Bedeutung für den wirtschaftlichen Erfolg ist. Zudem nutzen Unternehmen die Digitalisierung heute vielfach, um kundenorientierte Leistungen schneller und intelligenter zu gestalten und ihre Geschäftsmodelle digital zu transformieren. Unternehmen benötigen für den Schritt in die digitale Welt vorrangig Managerinnen und Manager, die das digitale Marketing-, Kommunikations- und Mediengeschäft verstehen und beherrschen.

Die folgenden Qualifikationsziele wurden festgelegt:

Die Studierenden verfügen über fundiertes, ganzheitliches und anwendungsbezogenes Wissen zu digitalen Marketingstrategien und Geschäftsmodellen. Sie besitzen das Know-how zur fundierten Planung von Markenstrategien und kennen relevante Kennzahlen, um den Erfolg von implementierten Marketingstrategien zu ermitteln und daraus Schlüsse für darauf aufbauende strategische Entscheidungen zu ziehen. Sie verfügen über umfangreiche Kenntnisse in der Analyse und dem Management von Kundenerlebnissen über Online- und Offline-Kanäle hinweg. Die Studierenden sind in der Lage, Instrumente des Customer Journey Managements zu verstehen und im Sinne eines nahtlosen Omnichannel Marketings anzuwenden. Die Studierenden verfügen auch über umfassendes Wissen im Bereich von Digital Communication, insbesondere in der Planung, Gestaltung, Durchführung und Erfolgskontrolle von integrierten Kommunikationskampagnen. Zur Vertiefung der Medienkompetenz steht insbesondere die Anwendung eigenständig entwickelter Ideen zu Online-Marketing-Ansätzen im Fokus. Zudem besitzen sie fundierte Kenntnisse darüber, wie man aktuelle Tools im digitalen Marketing zur Ansprache von Konsumentinnen und Konsumenten gezielt und Erfolg bringend einsetzt. Schließlich komplementiert der Studiengang das vermittelte Wissen zu Digital Marketing mit Aspekten zum Mega-Trend Nachhaltigkeit.

Studiengang 03: Medien- & Kommunikationspsychologie (M.Sc.)

Nach Abschluss des Studiengangs Medien- und Kommunikationspsychologie (M.Sc.) haben die Absolventinnen und Absolventen umfassendes Wissen in der Allgemeinen Psychologie erworben. So haben sie Expertise einerseits in den Themenfeldern Wahrnehmung, Lernen und Gedächtnis und andererseits in den Bereichen Kognition, Motivation und Emotion erlangt.

Die Studierenden haben auch umfassende Kompetenzen in der Sozialpsychologie aufgebaut. Dies bedeutet, dass sie sich u. a. tiefgreifende Fertigkeiten in den Bereichen soziale Wahrnehmung, soziale Kognition, Einstellung bzw. Einstellungsänderung, sozialer Einfluss sowie proso-

ziales und aggressives Verhalten angeeignet haben. Hierbei wurden sie auch im Hinblick auf kulturelle Differenzen sensibilisiert.

Daneben sind sie in der Lage, quantitative und qualitative psychologische Studien situationspezifisch zu planen, methodisch adäquat durchzuführen, statistisch versiert auszuwerten und die Ergebnisse in Bezug zu psychologischen Theorien nachvollziehbar zu interpretieren und zu diskutieren. Hierbei kommt ihr breites Wissen, das sie in den Bereichen psychologische Forschungsmethoden und statistischen Auswertungsmethoden erworben haben, zum Einsatz.

Die Studierenden erwerben darüber hinaus umfassende Kompetenzen in den Anwendungsfächern Medienpsychologie, Kommunikationspsychologie sowie in einem der beiden Wahlfächer Digital Marketing Tools oder Digital Customer Experience. Die Expertise der Absolventinnen und Absolventen in der Medienpsychologie umfasst neben kognitiven, emotionalen und verhaltensbezogenen Aspekten der Medienselektion, Medienrezeption und Medienwirkung auch die computervermittelte Kommunikation, Mensch-Computer-Interaktion und Medienkompetenz. Ihre Kompetenzen in der Kommunikationspsychologie beziehen sich hierbei sowohl auf Aspekte der Massenkommunikation als auch der mediierten und nicht-medierten Individualkommunikation.

Studiengang 04: Sustainability Management (M.A.)

Im Studiengang Sustainability Management (M.A.) erwerben zukünftige Führungskräfte die notwendigen Fähigkeiten zur Umsetzung von Nachhaltigkeit in unternehmerischen Kontexten, zur Transformation bestehender und Innovation neuer Geschäftsmodelle der Nachhaltigkeit sowie zur Unterstützung einer nachhaltigen Entwicklung in Wirtschaft und Gesellschaft. Sie lernen die Hintergründe, Methoden und Wechselwirkungen von Nachhaltigkeit auf der Makro- und Mikro-Ebene kennen und können diese kritisch reflektieren. Dabei sind sie in der Lage, verschiedene ökonomische und gesellschaftswissenschaftliche Perspektiven auf Nachhaltigkeit zu bewerten und auf die Unternehmensebene anzuwenden.

Der Studiengang versetzt Studierende in die Lage, die wesentlichen Herausforderungen der Nachhaltigkeit auf der globalen, nationalen und Unternehmensebene lösungsorientiert zu durchdringen und an aktuellen Debatten in Wirtschaft und Gesellschaft konstruktiv und innovativ teilzunehmen. Insbesondere erwerben Studierende vertieftes Wissen über die Gründung, den Wandel, den Aufbau und die Führung nachhaltiger Organisationen in der Gesellschaft, z. B. bei Unternehmen, Vereinen, Verbänden und staatliche Einrichtungen. Dabei stehen vor allem die Anwendung und Umsetzung dieses Wissens im Vordergrund.

Sie kennen nach Abschluss dieses Studiengangs nicht nur die wesentlichen Herausforderungen im Bereich Nachhaltigkeit für das Management, sondern können auch praktische Lösungsansätze bewerten und anwenden.

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Alle Studiengänge

Die Qualifikationsziele und die angestrebten Lernergebnisse wurden durch die Hochschule nachvollziehbar dargelegt. Sie sind schlüssig und kompetenzorientiert formuliert und in den Modulbeschreibungen fest verankert und ausgewiesen. Nach Ansicht des Gutachtergremiums sind die Qualifikationsziele stimmig zum angestrebten Abschlussniveau, was sich u. a. aus den Lernergebnissen des Modulhandbuchs bestätigt. Das Gutachtergremium gibt die Empfehlung, den Studiengängen ein stärkeres studiengangsspezifischeres Profil zu geben (vgl. Curriculum (§ 12 Abs. 1 Sätze 1 bis 3 und 5 StudakVO)).

Die erlangten Kompetenzen, wissenschaftlich fundierte und verantwortungsvolle Entscheidungen in den jeweiligen Handlungsfeldern zu treffen, die ethischen, sozialen und rechtlichen Anforderungen gerecht werden, werden insbesondere in dem Modul *Ethics & Law* gelehrt. Sie fördern die Persönlichkeitsentwicklung der Absolventinnen und Absolventen.

Die Studierenden werden entsprechend während ihres Studiums vorbereitet, die notwendigen Kompetenzen, Kenntnisse und Fähigkeiten in der späteren Berufspraxis anzuwenden.

Entscheidungsvorschlag

Erfüllt.

Schlüssiges Studiengangskonzept und adäquate Umsetzung (§ 12 StudakVO)

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

Sachstand

Studiengangsübergreifende Aspekte

Aufbau des Curriculums (vgl. Selbstbericht S. 24-32): Das wirtschaftswissenschaftliche Studium bereitet auf Managementtätigkeiten in Unternehmen vor und erweitert eine grundständige Ausbildung im Bereich Betriebswirtschaft um vertieftes fachspezifisches Wissen. Außerdem wird disziplinübergreifendes Wissen vermittelt, um die berufliche Handlungsfähigkeit insbesondere als Führungskraft sicherzustellen. Die Studierenden sollen im Studium nicht nur das notwendige Managementwissen erwerben, um es in Führungs- und Entscheidungssituationen anwenden zu können, sondern auch unterstützt werden, persönliche Kompetenzen im Sinne einer ganzheitlichen Persönlichkeitsentwicklung zu erwerben. Dazu gehört insbesondere, auch in volatilen, mehrdeutigen oder konflikthaften Situationen souverän mit unterschiedlichen Stakeholdern zu kommunizieren, teamorientiert fachlich und disziplinar zu führen sowie Entscheidungen ziel- und sachorientiert zu treffen.

Das Curriculum beinhaltet einige Module (im Curriculum dunkelgrau unterlegt), die allen vier Studiengängen gemeinsam sind, sowie eine Reihe studiengangsspezifischer Module. Die gemeinsamen Module sind *Innovation & Strategic Management*, *Leadership*, *Negotiation & Consulting*, *Ethics & Law* und *Digital Bootcamp*. Die Modulen *Innovation & Strategic Management*, *Negotiation & Consulting* sowie *Ethics & Law* vermitteln vertieftes Managementwissen insbesondere mit Fokus auf die rechtlichen, kommunikativen, ethischen und strategischen Herausforderungen, denen sich Führungskräfte in internationalen Organisationen stellen müssen. Hier werden die disziplinübergreifenden Anforderungen an Fach- und Führungskräfte thematisiert, die sich aus der Digitalisierung, dem demografischen Wandel sowie der zunehmenden Volatilität von Märkten ergeben. So erwerben die Studierenden die Kompetenzen, die für das Management von Teams und Projekten in Organisationen und Unternehmen notwendig sind. Im Modul *Leadership* steht die praxisorientierte Anwendung dieser Kompetenzen im Bezug zur eigenen Persönlichkeit sowie den eigenen beruflichen Erfahrungen im Vordergrund. Im Modul *Digital Bootcamp* arbeiten die Studierenden im Team an einer konkreten Fragestellung aus der Praxis und wenden so ihre Kompetenzen im Bereich Projektmanagement an, lernen aber auch, in interdisziplinären Teams ziel- und lösungsorientiert zusammenzuarbeiten.

- **Wissenschaftliche Kompetenz:** In den studiengangsspezifischen Modulen setzen sich die Studierenden auch mit wissenschaftlichen Originalquellen auseinander, die das Lernmaterial ergänzen und vertiefen. Im Modul *Research & Consulting Project* nutzen die Studierenden empirische Methoden, um eine Fragestellung aus der Theorie oder der Praxis zu beantworten und den Prozess wissenschaftlichen Arbeitens unter Anleitung einzuüben. Flankiert wird diese Ausbildung durch ein Modul im ersten Semester, das jeweils spezifische empirische Forschungsmethoden vermittelt. Die Studierenden müssen sich hier intensiv mit den Methoden zur quantitativen Analyse betriebswirtschaftlicher Probleme auseinandersetzen. Die Fähigkeit zum wissenschaftlichen Arbeiten wird zudem in Hausarbeiten und vor allem der Masterthesis weiterentwickelt.
- **Sozial-ethische Kompetenzen:** Teamfähigkeit, Vermittlung-, Verhandlungs- und Konfliktmanagementkompetenzen werden insbesondere in den Modulen *Leadership*, *Digital Bootcamp* und *Research & Consulting Project* vertieft. Hier arbeiten die Studierenden in virtuellen Teams gemeinsam an konkreten Fragestellungen aus der Praxis und entwickeln neue Perspektiven. Das Modul *Ethics & Law* sensibilisiert die Studierenden für rechtliche und ethische Fragestellungen im wirtschaftlichen Kontext und vermittelt grundlegendes Wissen, das für die zielorientierte Zusammenarbeit mit unterschiedlichen Stakeholdern notwendig ist. Dabei werden auch Fragen der Ethik thematisiert, mit dem Ziel, die gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen zu diskutieren. Ethische Fragen und das Thema Nachhaltigkeit ziehen sich ferner durch diverse weitere Module (z.B.

Sozialpsychologie, Global Sustainable Development, Policies & Trends in Sustainability, Leading Sustainable Organizations und Transforming Business towards Sustainability).

- Problemlösungs- und Kommunikationskompetenz: Um den Anforderungen und Veränderungen der Berufswelt gerecht zu werden, werden auf der Grundlage wissenschaftlicher Erkenntnisse die Inhalte der einzelnen Module anwendungsbezogen vermittelt. Beispiele und Fallstudien aus der Unternehmensrealität werden in die Veranstaltungen integriert. Die VideoLectures mit fachkundigen Modulverantwortlichen präsentieren die Kerninhalte der Veranstaltungen und schaffen damit eine wissenschaftlich fundierte und gleichzeitig durch Bezug auf Praxisbeispiele anwendungsbezogene Grundlage. Im Modul *Leadership* werden die Studierenden dabei unterstützt, ihre Führungskompetenzen weiterzuentwickeln. Die projektorientierten Module *Digital Bootcamp* und *Research & Consulting Project* vermitteln neben den methodischen Kompetenzen verschiedene Soft Skills wie Selbstverantwortung, Selbstwirksamkeitserwartung und Eigenmotivation. Ferner wird im Studiengang Medien- & Kommunikationspsychologie (M.Sc.) das Thema Kommunikationskompetenz auch im Modul Kommunikationspsychologie sowohl aus theoretischer als auch praktischer Sicht beleuchtet.
- Medienkompetenz: Ergänzend zum in der Lernplattform bereitgestellten Lernmaterial erhalten Studierende in den Modulen Recherche-Aufgaben, um eigenständig aktuelle Entwicklungen im jeweiligen Fach, Daten und Statistiken oder Forschungsergebnisse zu recherchieren. Dazu nutzen die Studierenden die über die Bibliothek bereitgestellten Datenbanken oder frei zugängliche Quellen. Dabei dient insbesondere die Prüfungsform E-Portfolio dazu, die gewonnenen Erkenntnisse zu dokumentieren, zu bewerten und zu diskutieren.

Führungskompetenz: Im Modul *Innovation & Strategic Management* lernen die Studierenden grundlegende Konzepte und Modelle modernen Managements kennen und reflektieren das Gelernte vor dem Hintergrund eigener beruflicher Erfahrungen. Hier spielen Konzepte und Methoden im Bereich des agilen Projektmanagements, im Bereich Trend- und Innovationsmanagement sowie im Bereich der Mediation bzw. Konfliktmanagement eine Rolle. Insbesondere steht die Frage im Vordergrund, wie Führungskräfte auf aktuelle Anforderungen reagieren müssen und welche Kompetenzen dafür notwendig sind. Deshalb zielt insbesondere das Modul *Leadership* darauf ab, die individuellen Kompetenzen zu fördern, Entwicklungspotentiale zu identifizieren und Studierende dabei zu unterstützen, zu erfolgreichen Führungskräften zu werden. Ausweislich der Modulbeschreibung bauen die Studierenden in diesem Modul nicht nur Wissen auf, sondern reflektieren dieses auch

Lehr- und Lernformen und Einbeziehen der Studierenden

Bei den asynchronen Lehrveranstaltungen, den Video-Lectures, werden die Lerninhalte als Selbstlernmaterialien über die Lernplattform elearning.ism-fernstudium.de bereitgestellt. Den Kern bilden Video-Lectures mit den Modulverantwortlichen, die die Kerninhalte eines Moduls in kondensierter Form zusammenfassen. Ergänzt wird eine kommentierte Leseliste mit Lerninhalten, die die Studierenden eigenständig bearbeiten sollen. Hier werden wissenschaftliche Originalarbeiten und Lehr- und Fachbücher auch in digitaler Form als Pflichtliteratur benannt, aber auch weiterführende Quellen, die die Studierenden nutzen sollen, um die Lerninhalte zu vertiefen. Außerdem werden Fallstudien, Übungsaufgaben und Wiederholungsfragen zur Verfügung gestellt, die zur Lernerfolgskontrolle dienen und beim selbstgesteuerten Lernen unterstützen.

Die Video-Lectures und die zusätzlichen Lerninhalte werden über einen Lernpfad in der Lernplattform dargestellt, um den Studierenden eine Reihenfolge vorzuschlagen, in der eine Bearbeitung der Inhalte didaktisch sinnvoll ist. Die Studierenden können aber jeweils selbst entscheiden, in welcher Reihenfolge sie die Inhalte bearbeiten und welche Bereiche sie über Exkurse und weiterführende Leseempfehlungen vertiefen möchten. In der Lernplattform werden die jeweils bearbeiteten Inhalte markiert, sodass die Studierenden einen Überblick über den eigenen Lernstand haben.

In der Lernplattform werden Übungs- und Reflexionsaufgaben, sowie Wiederholungsfragen bereitgestellt. Hier erhalten die Studierenden entweder automatisiert Rückmeldung, z. B. bei Multiple-Choice-Aufgaben, Lückentexten oder Zuordnungsaufgaben, oder sie erhalten Musterlösungen zur Verfügung gestellt.

Jedes Modul wird mit einem Forum ergänzt, das die Studierenden nutzen können, um Fragen zu den Lerninhalten zu stellen, die Ergebnisse von Wiederholungsfragen zu diskutieren oder Rückmeldung einzuholen. So soll ein Austausch der Lernenden untereinander gefördert werden. Die Foren werden von Tutorinnen und Tutoren mit entsprechender fachlicher Expertise moderiert. Sie antworten auf Fragen der Studierenden und geben Rückmeldung. Auch die Modulverantwortlichen sind über die Foren erreichbar und unterstützen bei inhaltlichen Fragen. Ziel ist, die Studierenden über das Forum auch bei den asynchronen Lehrveranstaltungen aktiv einzubeziehen und zum Austausch mit anderen Lernenden und den Lehrpersonen anzuregen.

Die synchronen Lehrveranstaltungen, auch Live-Seminare genannt, finden zu festgelegten Terminen in einem virtuellen Klassenzimmer statt. Pro Modul werden dabei 12 × 90 Minuten Online-Präsenzveranstaltungen geplant. Die Termine werden, wenn möglich jeweils zu Beginn eines Semesters am 1. März bzw. 1. September, bekannt gegeben, damit für die Studierenden eine langfristige Planung möglich ist. In den Live-Seminaren, die in den generischen Modulen interdisziplinär gestaltet sind, betrachten die Studierenden eines Studienganges zusammen mit Studierenden anderer Studiengänge Themen aus unterschiedlichen Blickwinkeln.

Es handelt sich hierbei um seminaristische Lehrveranstaltungen. Die Lehrpersonen geben die inhaltliche Struktur der Veranstaltung vor, bereiten Impulsvorträge vor, laden Gäste ein, bringen konkrete Praxisfragestellungen ein oder stellen konkrete Aufgaben. Für die Lehrveranstaltungen wird ein digitaler Semesterapparat inklusive digitalen Leseempfehlungen bereitgestellt oder es wird auf audiovisuelles Material verwiesen. Die Studierenden erarbeiten die Inhalte gemeinsam, bringen sich aktiv ein und diskutieren mit. Von den Studierenden werden eigenständige Beiträge erwartet, z. B. durch eine aktive Beteiligung an einer Diskussion oder die Erarbeitung kurzer Referate.

Die projektorientierten Lehrveranstaltungen *Digital Bootcamp* und *Research & Consulting Project* finden ebenfalls als synchrone Lehrveranstaltungen statt. Hier wechseln sich Impulse durch die Lehrperson und eigenständige Arbeitsphasen der Studierenden in Kleingruppen ab. Ziel ist, dass die Studierenden in diesen Lehrveranstaltungen eigenständig an Projekten arbeiten und so das Gelernte praxisbezogen anwenden.

Im Kolloquium zur Masterthesis stellen die Studierenden jeweils den aktuellen Stand ihrer Arbeit vor und erhalten von den anderen Studierenden und den Lehrpersonen Rückmeldung. Ziel ist, in den synchronen Lehrveranstaltungen die Lerninhalte aus den asynchronen Lehrveranstaltungen weiter zu vertiefen, zu integrieren und insbesondere die Anwendung des Gelernten auf konkrete Fragestellungen aus der Praxis einzuüben.

Laut empfohlenem Studienplan finden die synchronen Lehrveranstaltungen jeweils in den Semestern 1 bis 3 statt. Damit ist sichergestellt, dass die Studierenden diese jeweils parallel zu den asynchronen Lehrveranstaltungen besuchen. Bei den studiengangsspezifischen Modulen haben die synchronen und die asynchronen Lehrveranstaltungen jeweils enge inhaltliche Bezüge, so dass die Studierenden während des gesamten Studienverlaufs eng betreut werden und im direkten Austausch mit den Lehrpersonen stehen.

Nach Abschluss der Module erfolgt jeweils eine standardisierte Evaluation, in der auch Verbesserungsvorschläge zu Inhalten und Struktur der Module eingeholt werden. Diese Rückmeldungen werden in den jährlichen Review-Meetings mit den Studiengangsleitungen reflektiert und auf dieser Basis Verbesserungen an den Lerninhalten und der didaktischen Aufbereitung vorgenommen.

Studiengangsspezifische Aspekte

Sachstand

Studiengang 01: Applied Business Data Science (M.Sc.)

Das Curriculum des Studiengangs ist folgendermaßen aufgebaut:

SEMESTER	1.	2.	3.	4.
BASIC SUBJECTS Self-regulated learning	Applied Statistics & Data Literacy M-STA	Leadership & Strategic Management M-LSM	Ethics & Law M-ETH	
ECTS	10	10	10	
SPECIALIZATION Self-regulated learning	Quantitative Methods in Information Systems M-ADS1	Advanced Applied Statistics M-ADS3	Elective: Essentials of Digital Communication M-DIM6 or Policies & Trends in Sustainability M-SUS2	
ECTS	10	10		
SPECIALIZATION Live seminar run by a faculty member	Trends in Data Science M-ADS2	Applications in Data Science M-ADS4		
ECTS	5	5	5	
SKILLS Live seminar run by a faculty member	Leadership Skills M-SK1		Negotiation & Consulting M-SK3	
ECTS	5		5	
Projects		Digital Bootcamp M-SK2	Research & Consulting Project M-RCP	Master Thesis MAT
ECTS		5	10	30
TOTAL	30	30	30	30

Abbildung 2: Curriculum: Applied Business Data Science (M.Sc.) Vollzeit

SEMESTER	1.	2.	3.	4.	5.	6.
BASIC SUBJECTS Self-regulated learning	Applied Statistics & Data Literacy M-STA	Leadership & Strategic Management M-LSM		Ethics & Law M-ETH		
ECTS	10	10		10		
SPECIALIZATION Self-regulated learning		Quantitative Methods in Information Systems M-ADS1	Advanced Applied Statistics M-ADS3	Elective: Essentials of Digital Communication M-DIM6 or Policies & Trends in Sustainability M-SUS2		
ECTS		10	10			
SPECIALIZATION Live seminar run by a faculty member	Trends in Data Science M-ADS2		Applications in Data Science M-ADS4			
ECTS	5		5	5		
SKILLS Live seminar run by a faculty member	Leadership Skills M-SK1			Negotiation & Consulting M-SK3		
ECTS	5			5		
Projects			Digital Bootcamp M-SK2		Research & Consulting Project M-RCP and Masterthesis MAT	Master Thesis MAT
ECTS			5		10+10	20
TOTAL	20	20	20	20	20	20

Abbildung 3: Curriculum: Applied Business Data Science (M.Sc.) Teilzeit schnell

SEMESTER	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.
BASIC SUBJECTS Self-regulated learning	Applied Statistics & Data Literacy M-STA		Leadership & Strategic Management M-LSM		Ethics & Law M-ETH			
ECTS	10		10		10			
SPECIALIZATION Self-regulated learning		Quantitative Methods in Information Systems M-ADS1		Advanced Applied Statistics M-ADS3		Elective: Essentials of Digital Communication M-DIM6 or Policies & Trends in Sustainability M-SUS2		
ECTS		10		10				
SPECIALIZATION Live seminar run by a faculty member			Trends in Data Science M-ADS2		Applications in Data Science M-ADS4			
ECTS			5		5	5		
SKILLS Live seminar run by a faculty member	Leadership Skills M-SK1			Negotiation & Consulting M-SK3				
ECTS	5			5				
Projects		Digital Bootcamp M-SK2				Research & Consulting Project M-RCP		Master Thesis MAT
ECTS		5				10		30
TOTAL	15	15	15	15	15	15	15	15

Abbildung 4: Curriculum: Applied Business Data Science (M.Sc.) Teilzeit langsam

Das Modul *Applied Statistics & Data Literacy* vermittelt vertiefte Kompetenzen im Bereich der angewandten Statistik. Die Studierenden werden mit gängigen empirischen Analyseverfahren vertraut gemacht und wenden diese an. Außerdem wird eine grundlegende Datenkompetenz vermittelt, d. h. die Fähigkeit, Daten planvoll als Grundlage für Entscheidungen zu nutzen, aber auch deren Bedeutung zu hinterfragen.

Im Modul *Advanced Applied Statistics* lernen die Studierenden, sich kritisch mit Datenquellen auseinanderzusetzen und aktuelle Studien nachzuvollziehen sowie eigene empirische Studien auf akademischem Level durchzuführen. Die Studierenden lernen Daten strukturiert aufzubereiten und zu visualisieren.

Im Modul *Applications in Data Science* wird insbesondere die Problemlösungskompetenz geschult und vertieft und die konkrete Anwendung des Gelernten auf konkrete Fragen aus der Praxis geübt. Das Modul hat im besonderen Maße das Ziel, i.w.S. Datenverständnis zu generieren, damit die Studierenden Data Literacy erlangen.

Im Modul *Trends in Data Science* werden die Studierenden insbesondere dafür sensibilisiert, Themen im Bereich der Digitalisierung in einen sozioökonomischen Kontext einzubeziehen. Sie lernen z. B. im Modul *Machine Learning* Klassifizierungen transparenter darzustellen und auch auf moralische Gesichtspunkte zu prüfen, im Sinne eines verantwortungsbewussten Umgangs mit disruptiven Technologien.

Im Modul *Quantitative Methods in Information Systems* lernen die Studierenden die weitere Nutzung statistischer Methoden und den verantwortungsvollen Umgang mit digitalen Werkzeugen auf einem hohen Niveau. Sie lernen algorithmische Strukturen am Beispiel von Python und

R zu interpretieren und selbstständig zu erweitern. Die Studierenden werden darüber hinaus geschult neue Technologien, wie z. B. Blockchains oder Cloud Computing, in ihren zukünftigen Arbeitsalltag zu integrieren.

Ziel der Masterarbeit ist der Nachweis der Fähigkeit zur selbstständigen Bearbeitung einer wissenschaftlichen Problemstellung aus dem Bereich Applied Business Data Science sowie hierzu eine wissenschaftliche und methodisch robuste Lösung zu entwickeln.

Begründung für die Studiengangsbezeichnung

Die Absolventinnen und Absolventen werden in die Lage versetzt, in Bezug auf die Wertschöpfungskette einer Unternehmung Mehrwerte zu erzielen, die auf Erkenntnissen und Zusammenhängen basieren, die mit Hilfe von Datenanalysen und -modellierungen gewonnen werden. Die vier Worte aus der Studiengangsbezeichnung bilden dabei die Säulen dieser Qualifikation: konkrete Anwendung im Wirtschaftskontext von Data Literacy unter Berücksichtigung wissenschaftlicher und kommunikativer Herangehensweisen.

Studiengang 02: Digital Marketing Management (M.A.)

Das Curriculum des Studiengangs ist folgendermaßen aufgebaut:

SEMESTER	1.	2.	3.	4.
BASIC SUBJECTS Self-regulated learning	Applied Statistics & Advanced Market Research M-MAR	Leadership & Strategic Management M-LSM	Ethics & Law M-ETH	
ECTS	10	10	10	
SPECIALIZATION Self-regulated learning	Digital Marketing Strategy & Planning M-DIM1	Digital Communication M-DIM3	Elective: Essentials of Global Sustainable Development M-DIM5 or Policies & Trends in Sustainability M-SUS2	
ECTS	10	10		
SPECIALIZATION Live seminar run by a faculty member	Digital Customer Experience M-DIM2	Digital Marketing Tools M-DIM4		
ECTS	5	5	5	
SKILLS Live seminar run by a faculty member	Leadership Skills M-SK1		Negotiation & Consulting M-SK3	
ECTS	5		5	
Projects		Digital Bootcamp M-SK2	Research & Consulting Project M-RCP	Master Thesis MAT
ECTS		5	10	30
TOTAL	30	30	30	30

Abbildung 5: Curriculum: Digital Marketing Management (M.A.) Vollzeit

SEMESTER	1.	2.	3.	4.	5.	6.
BASIC SUBJECTS Self-regulated learning	Applied Statistics & Advanced Market Research M-MAR	Leadership & Strategic Management M-LSM		Ethics & Law M-ETH		
ECTS	10	10		10		
SPECIALIZATION Self-regulated learning		Digital Marketing Strategy & Planning M-DIM1	Digital Communication M-DIM3	Elective: Essentials of Global Sustainable Development M-DIM5 or Policies & Trends in Sustainability M-SUS2		
ECTS		10	10			
SPECIALIZATION Live seminar run by a faculty member	Digital Customer Experience M-DIM2		Digital Marketing Tools M-DIM4			
ECTS	5		5	5		
SKILLS Live seminar run by a faculty member	Leadership Skills M-SK1			Negotiation & Consulting M-SK3		
ECTS	5			5		
Projects			Digital Bootcamp M-SK2		Research & Consulting Project M-RCP and Masterthesis MAT	Master Thesis MAT
ECTS			5		10+10	20
TOTAL	20	20	20	20	20	20

Abbildung 6: Curriculum: Digital Marketing Management (M.A.) Teilzeit schnell

SEMESTER	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.
BASIC SUBJECTS Self-regulated learning	Applied Statistics & Advanced Market Research M-MAR		Leadership & Strategic Management M-LSM		Ethics & Law M-ETH			
ECTS	10		10		10			
SPECIALIZATION Self-regulated learning		Digital Marketing Strategy & Planning M-DIM1		Digital Communication M-DIM3		Elective: Essentials of Global Sustainable Development M-DIM5 or Policies & Trends in Sustainability M-SUS2		
ECTS		10		10				
SPECIALIZATION Live seminar run by a faculty member			Digital Customer Experience M-DIM2		Digital Marketing Tools M-DIM4			
ECTS			5		5	5		
SKILLS Live seminar run by a faculty member	Leadership Skills M-SK1			Negotiation & Consulting M-SK3				
ECTS	5			5				
Projects		Digital Bootcamp M-SK2				Research & Consulting Project M-RCP		Master Thesis MAT
ECTS		5				10		30
TOTAL	15	15	15	15	15	15	15	15

Abbildung 7: Curriculum: Digital Marketing Management (M.A.) Teilzeit langsam

Der Studiengang bereitet Marketing-orientierte und Online-affine Studierende auf Positionen im Bereich Digital- und Online-Marketing in unterschiedlichen Branchen und Unternehmen sowie in Beratungen vor. Im Vordergrund stehen die individuelle Kompetenzentwicklung von der strategischen Konzeption bis zur operativen Umsetzung von digitalen Marketingmaßnahmen sowie der Aufbau von entsprechenden Fachkompetenzen. Dazu gehört etwa die Vermittlung von spe-

zifischem Wissen zu Digital- und Online-Marketing, E-Commerce, Suchmaschinen-Marketing und Social Media, aber auch die Förderung von Fähigkeiten wie Verhandlungsführung, sog. Leadership Skills. Auf im Verlauf des vorherigen Bachelorstudiums erworbenen Marketing- und Managementgrundlagenwissen wird durch die Vermittlung von digitalen Marketing-Inhalten und -Methoden, sowie durch die Vermittlung von Sozialkompetenz, Fach- und Führungskompetenz systematisch aufgebaut.

Im Sinne einer beruflichen Handlungsfähigkeit in verschiedensten Branchen und Positionen decken die Module ein breites Spektrum von generalistischem Know-how und Fertigkeiten bis hin zur Fokussierung auf den digitalen Funktionsbezug ab. Dadurch werden die Absolventinnen und Absolventen branchenunabhängig für verantwortliche Positionen in allen Unternehmen qualifiziert, die ihr Digital Marketing optimieren und ausbauen wollen.

Entsprechend dem Studienplan wird empfohlen, sich zunächst, gemäß der üblichen Reihenfolge eines ganzheitlichen Marketingkonzepts, Kenntnisse zu den Handlungsfeldern des strategischen Marketings im digitalen Kontext in dem Modul *Digital Marketing Strategy & Planning*, sowie zu Analyse und Management des Konsumentenverhaltens und des Kundenerlebnisses im Modul *Digital Customer Experience* anzueignen, bevor Studierende sich damit beschäftigen, wie man Strategien mit verschiedenen Kommunikationsansätzen in den Modulen *Digital Communication* und *Digital Marketing Tools* umsetzen kann.

Das Modul *Digital Marketing Strategy & Planning* vermittelt Expertise zu den Handlungsfeldern des strategischen Marketings im digitalen Kontext mit Fokus auf unternehmerische sowie marken- und marktbezogene Aspekte, die auf Managementebene bei der Planung und Bewertung von digitalen Marketingmaßnahmen in der Praxis einzubeziehen sind, insbesondere Digital Marketing Strategies & Brand Management, Digital Business Models und Marketing Controlling.

Das Modul *Digital Customer Experience* vermittelt Kenntnisse in der Analyse und im Management des Kundenerlebnisses im Zusammenspiel von On- und Offline-Kanälen mit besonderem Fokus auf den Spezifika, die sich aus dem Omnichannel Management, wie Consumer Behavior, Customer Journey / User Experience Management und Omnichannel Marketing ergeben.

Das Modul *Digital Communication* vermittelt praxisbezogenes Wissen zu digitalen Kommunikationsansätzen mit besonderem Fokus auf Social Media, wie Social Media & Community Management, Influencer Relations & Influencer Marketing sowie Cross-Media Communications & Storytelling.

Das Modul *Digital Marketing Tools* vermittelt Kenntnisse zu aktuellen Instrumenten des digitalen Marketings, die in der Praxis bereits heute von zentraler oder stetig zunehmender Bedeutung für Unternehmen sind, wie SEO, SEM & SEA, Messenger Marketing, sowie Audio Marketing.

Das Wahlmodul trägt der stetig wachsenden Bedeutung von Nachhaltigkeit im Rahmen von Marketingentscheidungen, auch den digitalen, Rechnung. Im wählbaren Modul *Essentials of Global Sustainable Development* werden Theorien, Modelle und Ansätze zu Nachhaltigkeit vorgestellt und kritisch reflektiert. Das alternativ wählbare Modul *Policies & Trends in Sustainability* konzentriert sich auf zentrale globale Herausforderungen und Megatrends der Nachhaltigkeit.

Das Modul *Digital Bootcamp* komplementiert Wissen zur Technik digitaler Technologien und deren Anwendung mit Techniken agilen Projektmanagements, die in virtuellen Teams, z. B. im Rahmen der Entwicklung einer Smartphone-App, praktisch umgesetzt werden.

Das Modul *Research and Consulting Project* dient der praktischen Anwendung des Gelernten in und mit Unternehmen in anwendungsbezogenen Beratungsprojekten.

Das Modul *Applied Statistics & Advanced Market Research* macht Studierende mit empirischen Analysemethoden vertraut, die im Digital Marketing-Kontext relevant sind, um Daten sowohl qualitativ, als auch quantitativ fundiert auswerten zu können und auf dieser Basis reflektierte Marketingentscheidungen zu treffen.

Die Master-Thesis soll zeigen, dass die Studierenden am Ende des Studiums befähigt sind, eine praxisorientierte Problemstellung aus dem Fachgebiet des Digital Marketings unter Anwendung der erworbenen wissenschaftlichen Kenntnisse und durch Herstellung von Querverbindungen zu benachbarten Fachgebieten selbstständig zu bearbeiten. Um die Anwendungsorientierung des Studiengangs auch in der Thesis zu unterstreichen, kann die Master-Thesis in Kooperation mit einem Unternehmen durchgeführt werden.

Begründung für die Studiengangsbezeichnung

Die Bezeichnung des Studiengangs trägt der zunehmenden Digitalisierung in der Wirtschaft Rechnung, die nicht mehr nur Trend, sondern vielmehr richtungsweisende Technologie ist. Digitales Marketing gewinnt bei der strategischen Konzeption und Umsetzung immer mehr an Relevanz, digitale Kommunikation wird immer wichtiger. Marketingkampagnen funktionieren nunmehr digital und analog. Daher konzentriert sich die Studiengangsbezeichnung auf die Spezialisierung hinsichtlich Digital- und Online-Marketingkompetenzen, die erworben und angewendet werden. Ergänzt wird der Titel durch den Begriff Management; dieser soll zum einen verdeutlichen, dass Studierende praxisbezogenes Wissen im digitalen Kontext erwerben, welches sie für die Tätigkeit in Managementpositionen vorbereitet. Zum anderen trägt der Zusatz Management der Tatsache Rechnung, dass der Studiengang eine fundierte betriebswirtschaftliche Ausbildung als Basis für die Spezialisierung auf Digitalthemen bietet und somit Studierenden Werkzeuge an die Hand gibt, um in verschiedensten Managementpositionen arbeiten zu können.

Studiengang 03: Medien- & Kommunikationspsychologie (M.Sc.)

Das Curriculum des Studiengangs ist folgendermaßen aufgebaut:

SEMESTER	1.	2.	3.	4.
BASIC SUBJECTS Self-regulated learning	Applied Psychological Statistics M-APS	Leadership & Strategic Management M-LSM	Ethics & Law M-ETH	
ECTS	10	10	10	
SPECIALIZATION Self-regulated learning	Allgemeine Psychologie M-PSY1	Medienpsychologie M-PSY3		
ECTS	10	10		
SPECIALIZATION Live seminar run by a faculty member	Sozialpsychologie M-PSY2	Kommunikationspsychologie M-PSY4	Elective: Digital Marketing Tools M-DIM4 or Digital Customer Experience M-DIM2	
ECTS	5	5	5	
SKILLS Live seminar run by a faculty member	Leadership Skills M-SK1		Negotiation & Consulting M-SK3	
ECTS	5		5	
Projects		Digital Bootcamp M-SK2	Research & Consulting Project M-RCP	Master Thesis MAT
ECTS		5	10	30
TOTAL	30	30	30	30

Abbildung 8: Curriculum: Medien- & Kommunikationspsychologie (M.Sc.) Vollzeit

SEMESTER	1.	2.	3.	4.	5.	6.
BASIC SUBJECTS Self-regulated learning	Applied Psychological Statistics M-APS	Leadership & Strategic Management M-LSM		Ethics & Law M-ETH		
ECTS	10	10		10		
SPECIALIZATION Self-regulated learning		Allgemeine Psychologie M-PSY1	Medienpsychologie M-PSY3			
ECTS		10	10			
SPECIALIZATION Live seminar run by a faculty member	Sozialpsychologie M-PSY2		Kommunikationspsychologie M-PSY4	Elective: Digital Marketing Tools M-DIM4 or Digital Customer Experience M-DIM2		
ECTS	5		5	5		
SKILLS Live seminar run by a faculty member	Leadership Skills M-SK1			Negotiation & Consulting M-SK3		
ECTS	5			5		
Projects			Digital Bootcamp M-SK2		Research & Consulting Project M-RCP and Masterthesis MAT	Master Thesis MAT
ECTS			5		10+10	20
TOTAL	20	20	20	20	20	20

Abbildung 9: Curriculum: Medien- & Kommunikationspsychologie (M.Sc.) Teilzeit schnell

SEMESTER	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.
BASIC SUBJECTS Self-regulated learning	Applied Psychological Statistics M-APS		Leadership & Strategic Management M-LSM		Ethics & Law M-ETH			
ECTS	10		10		10			
SPECIALIZATION Self-regulated learning		Allgemeine Psychologie M-PSY1		Medienpsychologie M-PSY3				
ECTS		10		10				
SPECIALIZATION Live seminar run by a faculty member			Sozialpsychologie M-PSY2		Kommunikationspsychologie M-PSY4	Elective: Digital Marketing Tools M-DIM4 or Digital Customer Experience M-DIM2		
ECTS			5		5	5		
SKILLS Live seminar run by a faculty member	Leadership Skills M-SK1			Negotiation & Consulting M-SK3				
ECTS	5			5				
Projects		Digital Bootcamp M-SK2				Research & Consulting Project M-RCP	Master Thesis MAT	
ECTS		5				10	30	
TOTAL	15	15	15	15	15	15	15	15

Abbildung 10: Curriculum: Medien- & Kommunikationspsychologie (M.Sc.) Teilzeit langsam

Der Studiengang beinhaltet neben der Masterthesis sieben fachspezifische Module. Dies sind die Vertiefungsmodule *Allgemeine Psychologie*, *Sozialpsychologie*, *Medienpsychologie*, *Kommunikationspsychologie* und das Wahlfach, bei dem individuell zwischen *Digital Marketing Tools* und *Digital Customer Experience* gewählt werden kann, sowie das Grundlagenmodul *Applied Psychological Statistics* und das Modul *Research & Consulting Project*. Dabei handelt es sich bei den Modulen *Allgemeine Psychologie*, *Medienpsychologie* und *Applied Psychological Statistics* um Selbstlernmodule. Zu den Modulen *Sozialpsychologie*, *Kommunikationspsychologie* und dem Wahlfach *Digital Marketing Tools* bzw. *Digital Customer Experience* sowie dem Modul *Research & Consulting Project* finden Live-Lehrveranstaltungen statt.

Im Modul *Applied Psychological Statistics* werden die Studierenden mit gängigen empirischen Analyseverfahren der wissenschaftlichen Psychologie vertraut gemacht. Es werden sowohl quantitative als auch qualitative Methoden behandelt, inklusive der wissenschafts- und testtheoretischen Grundlagen dieser beiden Forschungstraditionen.

In den Modulen *Allgemeine Psychologie* und *Sozialpsychologie* wird für die Medien- und Kommunikationspsychologie relevantes Wissen aus der Allgemeinen Psychologie und der Sozialpsychologie sowie psychologische Forschungsmethoden vermittelt. Im Modul *Allgemeine Psychologie* werden die Themen Wahrnehmung, Lernen, Gedächtnis, Kognition, Motivation und Emotion behandelt. Außerdem führt dieses Modul in die Forschungsmethoden der Psychologie ein. Hier werden sowohl quantitative als auch qualitative Forschungs-, Erhebungs- und Auswertungsmethoden thematisiert. Im Modul *Sozialpsychologie* werden die Themen soziale Wahr-

nehmung und soziale Kognition, Einstellung bzw. Einstellungsänderung, Gruppendynamik, prosoziales und aggressives Verhalten, Vorurteile sowie interkulturelle Unterschiede eingehend adressiert.

Im Modul *Medienpsychologie* werden medienpsychologische Forschungsfragen gemäß der vier Formen der Mediennutzung Medienwahl, Medienrezeption, Medienwirkung und medienvermittelte Kommunikation in Bezug auf Kognition, Emotion und Verhalten klassifiziert. Daran anknüpfend werden die Forschungsmethoden der Medienpsychologie thematisiert, wobei die Studienplanung sowie Erhebungs- und Auswertungsmethoden bezogen auf medienpsychologische Forschungsfragen vertieft werden. Anschließend werden die Themen Medienwahl, Medienrezeption, Medienwirkung und medienvermittelte Kommunikation sowie Medienkompetenz und die Gestaltung von Lernmedien vertiefend beleuchtet und kritisch reflektiert.

Das Modul *Kommunikationspsychologie* liefert einen umfassenden Überblick über kommunikationspsychologische Modelle der Individualkommunikation und der Massenkommunikation sowie Anwendungsfelder der Kommunikationspsychologie. Außerdem werden Mittel bzw. Fertigkeiten verbaler und nonverbaler Kommunikation sowie der Begriff der Kommunikationskompetenz und Ursachen für verschiedene Störungen bzw. Probleme der Kommunikation betrachtet und aufgezeigt, wie sie gelöst werden können. Dabei werden auch interkulturelle Unterschiede diskutiert. Als Anwendungsfelder werden die Kommunikation in sozialen Medien sowie die Organisationskommunikation adressiert.

Das Wahlfach *Digital Marketing Tools* gibt einen umfassenden Überblick über zentrale Instrumente des digitalen Marketings. Ein Fokus liegt dabei auf SEO, SEM und SEA Maßnahmen. Das Wahlfach *Digital Customer Experience* gibt einen umfassenden Überblick über Theorien und Modelle des Konsumentenverhaltens und vermittelt fundierte Kenntnisse in der Analyse des Kundenerlebnisses bei der Nutzung von Online- und Offline-Kanälen.

Im Modul *Research & Consulting Project* nutzen die Studierenden empirische Methoden, um in einer Kleingruppe eigenständig eine medien- oder kommunikationspsychologische Fragestellung zu untersuchen und so den Prozess des wissenschaftlichen Arbeitens einzuüben. Auf diesem Weg wird das in den vorausgegangenen Modulen Gelernte praxisbezogen angewendet.

Die Masterthesis besteht in der eigenständigen Planung, Durchführung, Auswertung und schriftlichen Ausarbeitung einer empirischen Studie zu einer eigenen qualitativen oder quantitativen Fragestellung aus dem Bereich der Medien- und Kommunikationspsychologie. Neben den methodischen und ergebnisbezogenen Teilen umfasst die schriftliche Ausarbeitung auch eine Aufarbeitung des theoretischen Hintergrunds und des bisherigen Forschungsstands zum Thema der Arbeit sowie eine Diskussion der eigenen Studienergebnisse und ein allgemeines Fazit bzw. einen Ausblick.

Begründung für die Studiengangsbezeichnung

Der Fokus des Studiengangs liegt auf der Vermittlung medien- und kommunikationspsychologischer Theorien und Erkenntnisse und deren Anwendung in konkreten Praxisfeldern, z.B. Entwicklung von E-Learning-Angeboten, Mediaforschung, Medienentwicklung, Social Media Marketing und Unternehmensberatung für die Medienbranche. Dabei werden insbesondere die digitalen Medien adressiert und wie diese ausgewählt, gestaltet und zur Kommunikation eingesetzt werden können, um eine bestimmte kognitive, emotionale und motivationale Wirkung zu erzielen.

Studiengang 04: Sustainability Management (M.A.)

Das Curriculum des Studiengangs ist folgendermaßen aufgebaut:

SEMESTER	1.	2.	3.	4.
BASIC SUBJECTS Self-regulated learning	Evidence-based Management & Data Literacy M-EBM	Leadership & Strategic Management M-LSM	Ethics & Law M-ETH	
ECTS	10	10	10	
SPECIALIZATION Self-regulated learning	Global Sustainable Development M-SUS1	Leading Sustainable Organizations M-SUS3	Elective: Essentials of Digital Communication M-DIM6 or Digital Marketing Tools M-DIM4	
ECTS	10	10		
SPECIALIZATION Live seminar run by a faculty member	Policies & Trends in Sustainability M-SUS2	Transforming Business towards Sustainability M-SUS4		
ECTS	5	5	5	
SKILLS Live seminar run by a faculty member	Leadership Skills M-SK1		Negotiation & Consulting M-SK3	
ECTS	5		5	
Projects		Digital Bootcamp M-SK2	Research & Consulting Project M-RCP	Master Thesis MAT
ECTS		5	10	30
TOTAL	30	30	30	30

Abbildung 11: Curriculum: Sustainability Management (M.A.) Vollzeit

SEMESTER	1.	2.	3.	4.	5.	6.
BASIC SUBJECTS Self-regulated learning	Evidence-based Management & Data Literacy M-EBM	Leadership & Strategic Management M-LSM		Ethics & Law M-ETH		
ECTS	10	10		10		
SPECIALIZATION Self-regulated learning		Global Sustainable Development M-SUS1	Leading Sustainable Organizations M-SUS3	Elective: Essentials of Digital Communication M-DIM6 or Digital Marketing Tools M-DIM4		
ECTS		10	10			
SPECIALIZATION Live seminar run by a faculty member	Policies & Trends in Sustainability M-SUS2		Transforming Business towards Sustainability M-SUS4			
ECTS	5		5	5		
SKILLS Live seminar run by a faculty member	Leadership Skills M-SK1			Negotiation & Consulting M-SK3		
ECTS	5			5		
Projects			Digital Bootcamp M-SK2		Research & Consulting Project M-RCP and Masterthesis MAT	Master Thesis MAT
ECTS			5		10+10	20
TOTAL	20	20	20	20	20	20

Abbildung 12: Curriculum: Sustainability Management (M.A.) Teilzeit schnell

SEMESTER	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.
BASIC SUBJECTS Self-regulated learning	Evidence-based Management & Data Literacy M-EBM		Leadership & Strategic Management M-LSM		Ethics & Law M-ETH			
ECTS	10		10		10			
SPECIALIZATION Self-regulated learning		Global Sustainable Development M-SUS1		Leading Sustainable Organizations M-SUS3		Elective: Essentials of Digital Communication M-DIM6 or Digital Marketing Tools M-DIM4		
ECTS		10		10				
SPECIALIZATION Live seminar run by a faculty member			Policies & Trends in Sustainability M-SUS2		Transforming Business towards Sustainability M-SUS4			
ECTS			5		5	5		
SKILLS Live seminar run by a faculty member	Leadership Skills M-SK1			Negotiation & Consulting M-SK3				
ECTS	5			5				
Projects		Digital Bootcamp M-SK2				Research & Consulting Project M-RCP		Master Thesis MAT
ECTS		5				10		30
TOTAL	15	15	15	15	15	15	15	15

Abbildung 13: Curriculum: Sustainability Management (M.A.) Teilzeit langsam

Mit dem Studiengang erwerben zukünftige Führungskräfte die notwendigen Fähigkeiten zur Umsetzung von Nachhaltigkeit in unternehmerischen Kontexten, zur Transformation bestehender und Innovation neuer Geschäftsmodelle der Nachhaltigkeit sowie zur Unterstützung einer Nachhaltigen Entwicklung in Wirtschaft und Gesellschaft.

Den Studierenden wird breites und umfassendes Wissen zu allen Aspekten von Nachhaltigkeit und einer nachhaltigen Entwicklung in Wirtschaft und Gesellschaft vermittelt. Dabei werden alle Ebenen betrachtet, von der lokalen und unternehmerischen Ebene, bis hin zur globalen und politischen Ebene. Die Studierenden lernen aktuelle Trends und Herausforderungen im Bereich Nachhaltigkeit kennen, so z. B. Klimawandel, Biodiversitätsverlust, Energiewende, Dekarbonisierung von Geschäftsmodellen und Lebensstilen sowie Kreislaufwirtschaft. Insbesondere werden die Gründung, der Aufbau und die Führung nachhaltiger Organisationen in den Vordergrund gestellt. Dabei spielen Fragen der Transformation und des Wandels in Richtung Nachhaltigkeit, wie Geschäftsmodelle, Strategie, Kultur und Führung eine herausgehobene Rolle.

Im Modul *Global Sustainable Development* werden die Ursprünge und Hintergründe des Nachhaltigkeitsdiskurses sowie Theorien, Modelle und Konzepte kritisch reflektiert.

Im Modul *Policies & Trends in Sustainability* lernen die Studierenden zentrale Nachhaltigkeitsherausforderungen und Lösungsansätze kennen, mit einem Schwerpunkt auf globalen Megatrends.

Im Modul *Leading Sustainable Organizations* geht es um das Verständnis und die Umsetzung von nachhaltigem Wandel in allen Organisationen der Gesellschaft, wie Unternehmen, Vereine, Verbände und staatliche Einrichtungen.

Im Modul *Transforming Business towards Sustainability* wenden die Studierenden ihr Wissen auf praktische Fälle aus verschiedenen Branchen an.

Ziel der Masterarbeit ist der Nachweis der Fähigkeit zur selbstständigen Bearbeitung einer wissenschaftlichen Problemstellung aus dem Bereich Nachhaltigkeitsmanagement, sowie eine wissenschaftliche und methodisch robuste Lösung hierzu zu entwickeln.

Begründung für die Studiengangsbezeichnung

Es handelt sich bei Sustainability Management um einen stehenden Begriff, der bei Studiengangsbezeichnungen auch international verstanden und verwendet wird. Gleichzeitig wird damit die ganze Bandbreite des Managements von Nachhaltigkeit in allen Organisationen der Gesellschaft, wie z. B. in Unternehmen, Vereinen, Verbänden und staatliche Einrichtungen bereits im Namen des Studiengangs deutlich.

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Studiengangübergreifende Bewertung

Die Erreichung der jeweils festgelegten Qualifikationsziele ist durch den Aufbau des jeweiligen Curriculums wie auch durch die im Curriculum dargestellten Inhalte für das Gutachtergremium gewährleistet. Die Abschlussgrade sowie die -bezeichnung sind stimmig in Bezug auf die gewählten Inhalte. Die Studierenden werden mittels der definierten Lernergebnisse dazu befähigt, wissenschaftliche Theorien und Methodik auf Master-Niveau anzuwenden und diese im Rahmen der Masterthesis umzusetzen. Nach Einschätzung des Gutachtergremiums sind die festgelegten Eingangsqualifikationen so gewählt, dass die Studierenden das Studium erfolgreich absolvieren können.

Das Gutachtergremium hebt die vielfältigen, an die jeweilige Fachkultur und das Fernstudienformat angepassten Lehr- und Lernformen positiv hervor. So unterstützen die asynchronen Lehrveranstaltungen die Studierenden in ihrem Selbststudium. 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, Gruppenarbeiten sowie Live-Lehrveranstaltungen, die den Austausch zwischen Studierenden und Lehrenden fördern.

Nach Ansicht des Gutachtergremiums könnte der Anteil an fachspezifischen Inhalten noch weiter ausgebaut werden, um die studiengangsspezifische Profilschärfe der einzelnen Studiengänge zu erhöhen, sowie den direkten Bezug zu dem jeweiligen Studiengang expliziter herzustellen. Daher schlägt das Gutachtergremium vor, die Modulbeschreibungen bei den studiengangübergreifenden Modulen anzupassen, indem Bezüge zu den einzelnen Studiengängen, sowie zu den Selbstlehmaterialien hergestellt werden.

Die Studierenden absolvieren im Studium sieben studiengangsspezifische Module im Umfang von 55 ECTS-Leistungspunkten und fünf generische Module im Umfang von 35 ECTS-Leistungspunkten. Die übrigen 30 ECTS-Leistungspunkte entfallen auf die Abschlussarbeit. Nach Einschätzung des Gutachtergremiums können die angestrebten Lernergebnisse erreicht werden. Dennoch ist es der Ansicht, dass der Anteil an studiengangsspezifischen Inhalten weiter erhöht werden sollte, um den Studierenden eine noch stärkere Vertiefung in dem jeweiligen Studiengebiet ermöglichen zu können. Des Weiteren empfiehlt das Gutachtergremium, die Ausweitung von Wahlmodulen sowie Wahlmöglichkeiten studiengangsspezifischer zu gestalten.

Das Gutachtergremium regt weiter an, dass generische Module noch mehr auf die einzelnen Studiengänge ausgerichtet werden sollen, auch, wenn bereits durch Selbstlehmaterialien sowie durch unterschiedliche Hausarbeitsthemen Individualität hergestellt wird. Das Gutachtergremium hebt positiv hervor, dass in den Live-Seminaren, die interdisziplinär in den generi-

schen Modulen gehalten sind, die Studierenden eines Studienganges zusammen mit Studierenden anderer Studiengänge die behandelten Themen aus unterschiedlichen Blickwinkeln begutachten und somit grundlegende Anwendungsmöglichkeiten verstehen können.

Studiengangsspezifische Bewertung

Studiengang 01: Applied Business Data Science (M.Sc.)

Eine Anregung des Gutachtergremiums ist es, die Themen Executives und Digitalisierung, welche bereits in dem Modul *Innovation & Strategic Management* behandelt werden, auch in dem Modul *Ethics & Law* zu thematisieren.

Studiengang 03: Medien- & Kommunikationspsychologie (M.Sc.)

Das Gutachtergremium begrüßt die Behandlung von interkulturellen Elementen, wie beispielsweise die Thematisierung von kollektivistischen vs. individualistischen Kulturen, sowie die Einladung von Expertinnen und Experten und Referentinnen und Referenten zu Gastvorträgen.

Das Gutachtergremium äußert sich kritisch, dass für die Zulassung zum Studiengang keine Kenntnisse in der Psychologie benötigt werden. Nach Darlegung der ISM bei der Begutachtung sollen die Grundkenntnisse in den Modulen allgemeine Psychologie und Medienpsychologie vermittelt werden. Das Gutachterteam empfiehlt, dass die Aneignung von psychologischen Vorkenntnissen im Erststudium oder vor Studienbeginn als Zulassungsvoraussetzung für den Studiengang aufgenommen wird, um so eine inhaltliche Vertiefung im Masterstudium gewährleisten zu können.

Entscheidungsvorschlag

Erfüllt.

Das Gutachtergremium gibt folgende Empfehlungen:

- Es empfiehlt, den Umfang der fachspezifischen Inhalte in allen Studiengängen zu erhöhen, die Ausweitung von Wahlmodulen, sowie Wahlmöglichkeiten studiengangsspezifischer zu gestalten.
- Im Studiengang Medien- & Kommunikationspsychologie empfiehlt das Gutachtergremium, dass die Aneignung von psychologischen Vorkenntnissen im Erststudium oder vor Studienbeginn als Zulassungsvoraussetzung für den Studiengang aufgenommen wird, um so die inhaltliche Vertiefung, die integraler Bestandteil eines vertiefenden Masterstudiums sein sollte, gewährleisten zu können.

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

Sachstand

Studiengangübergreifende Aspekte

Das Fernstudium erfordert keine Anwesenheit an einem Campus der ISM. Der modulare Aufbau des Studiums und die unterschiedlichen Studienzeitmodelle ermöglichen eine hohe Flexibilität bei der Gestaltung des Studiums, insbesondere da ein Großteil der Module nicht an eine Semesterstruktur gebunden ist, sondern eine weitgehend flexible Zeiteinteilung ermöglicht. So bietet das Fernstudium genügend Mobilitätsfenster für Aufenthalte an anderen Hochschulen im In- und Ausland ohne Zeitverlust (vgl. Selbstbericht S. 33).

Ein Studium im Ausland ist im Curriculum nicht vorgesehen. Jedoch besteht bei Interesse die Option, ein Auslandssemester an einer Partnerhochschule der ISM zu absolvieren. Die im Rahmen dieses Auslandssemesters erbrachten Leistungen können, bei der Belegung passender Module, auf das Studium anerkannt werden oder als zusätzliche ECTS-Leistungspunkte im Diploma Supplement ausgewiesen werden. Die Studierenden können bei einem Auslandssemester nicht nur auf das Netzwerk von rund 190 Partnerhochschulen der ISM¹ zurückgreifen, sondern werden in diesem Fall auch vom International Office der ISM betreut. Das betrifft die Bereitstellung von Informationsmaterial, die Begleitung im Bewerbungsprozess an der ausländischen Hochschule, die Betreuung bei Problemen während des Auslandssemesters usw.

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Durch die Rahmenbedingungen eines berufsbegleitenden Studiums, bei dem die Studierenden einer festen Beschäftigung nachgehen, findet ein Aufenthalt an einer anderen Hochschule im In- und Ausland üblicherweise nicht statt. Das Gutachtergremium konnte sich jedoch im Rahmen der Gespräche davon überzeugen, dass die Universität entsprechende Rahmenbedingungen geschaffen hat, um bei Bedarf die studentische Mobilität zu realisieren.

Entscheidungsvorschlag

Erfüllt.

¹ <https://ism.de/service/international-office/hochschulnetzwerk> (Letzter Zugriff: 03.09.2021).

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

Sachstand

Studiengangsübergreifende Aspekte

Die ISM gibt mit folgenden Punkten an, dass die Studiengänge über eine angemessene personelle Ausstattung verfügen (vgl. Selbstbericht S. 33-36):

Personalauswahl: Der Lehrkörper für die Master-Fernstudiengänge setzt sich laut Dozentenliste aus zehn hauptberuflichen Lehrkräften der ISM und drei Lehrbeauftragten bzw. Tutorinnen und Tutoren zusammen.

- Hauptberufliche Lehrkräfte: Die Einstellungsvoraussetzungen für Hochschullehrerinnen und -lehrer richten sich nach den Bestimmungen des § 36 Hochschulzukunftsgesetz (HZG) des Landes Nordrhein-Westfalen. Das Berufungsverfahren ist in der Berufsordnung der ISM geregelt.

Internationalität und Praxisbezug sind wesentliche Leitideen der ISM und beeinflussen die Auswahl von hauptberuflichen Lehrkräften. Auch Forschungsqualifikationen werden in Berufungsverfahren berücksichtigt. Alle Bewerberinnen und Bewerber müssen zudem bereit sein, engagiert an der methodisch-didaktischen Entwicklung sowie der organisatorischen und inhaltlichen Gestaltung der Studienprogramme mitzuwirken.

- Lehrbeauftragte sowie Tutorinnen und Tutoren werden werkvertraglich gebunden. Sie sind Lehrende von anderen Hochschulen oder auch Expertinnen und Experten aus der Praxis, die über eine entsprechende wissenschaftliche Qualifikation verfügen. Ihre Leistung wird mittels regelmäßiger Evaluationen festgestellt.

Lehrkräfte der ISM	Professorale Lehrkräfte in Köpfen	Professorale Lehrkräfte in VZÄ	Lehrkräfte für besondere Aufgaben in Köpfen	Lehrkräfte für besondere Aufgaben in VZÄ
Dortmund	23	21,55	2	2,00
Frankfurt	14	12,50	2	1,10
Hamburg	14	12,67	3	2,25
München	18	14,80	3	2,50
Köln	13	11,50	1	1,00
Stuttgart	10	7,38	0	0,00
Berlin	9	5,58	0	0,00
Gesamt	101	85,97	11	8,85

Abbildung 14: Personalausstattung der hauptberuflichen Lehrkräfte (Stand September 2020)

Die fachliche Konzeption der Studiengänge wurde von den Studiengangsleitungen übernommen, die neben der Struktur des Curriculums auch die Lerninhalte der gemeinsamen Module und deren Abgrenzung zu den studiengangsspezifischen Modulen im Blick haben. So wird sichergestellt, dass die Module jeweils Bezug zueinander nehmen und die Lerninhalte auch über die Module hinweg kohärent sind. Die Studiengangsleitungen sind außerdem in die Fachstudienberatung eingebunden und beraten in regelmäßigen Info-Webinaren Studieninteressierte zu

den Studieninhalten. Die Studiengangsleitungen sind im Rahmen der Feedback-Schleife Lehrevaluation, der Feedback-Schleife Assurance of Learning sowie dem Review-Meeting zum Studiengang in die Qualitätssicherung der Studiengänge und deren fachliche Weiterentwicklung eingebunden.

Die Module werden von Modulverantwortlichen konzipiert und fachlich verantwortet. Dazu gehört neben der Festlegung der Pflichtliteratur auch die Erstellung des Lehrmaterials für die asynchronen Lehrveranstaltungen. In die Umsetzung und Produktion der Inhalte sind Fachpersonen aus dem Bereich Didaktik und Mediendesign einbezogen.

Die Studierenden werden in den asynchronen Lehrveranstaltungen von Tutorinnen und Tutoren betreut. Diese unterstützen die Modulverantwortlichen bei der Betreuung der Studierenden und beantworten z. B. Fragen im Modulforum. Zudem sind sie die ersten Ansprechpersonen bei allen Fragen zu den Lerninhalten und geben Rückmeldung zu Übungsaufgaben. Sofern sie prüfungsberechtigt sind (vgl. § 7 der Prüfungsordnung) sind sie auch in die Korrektur von Prüfungen eingebunden. Die Tutorinnen und Tutoren sind über die Lernplattform erreichbar, sowohl über die jeweiligen Modulforen bzw. Chats als auch per E-Mail.

Bei den synchronen Lehrveranstaltungen übernehmen die Modulverantwortlichen die Konzeption der Module und sind in die Auswahl der Lehrbeauftragten eingebunden. Sofern sie die Module nicht selbst unterrichten, beraten und begleiten sie die Lehrbeauftragten.

In jeweils 10 der 13 Module eines Studiengangs sind die Modulverantwortlichen festangestellte Hochschullehrerinnen und Hochschullehrer. Sofern die Modulverantwortung von nebenberuflichen Lehrbeauftragten übernommen wird, sind die Studiengangsleitungen in die inhaltliche Konzeption eingebunden. Insgesamt ist damit sichergestellt, dass die Lehraufgaben auch im Fernstudium der ISM überwiegend von festangestellten Hochschullehrerinnen und Hochschullehrern erbracht werden.

Parallel zum Lehrbetrieb werden an der ISM kontinuierlich Forschungs- und Entwicklungsprojekte² in verschiedensten Bereichen durchgeführt. Von dieser anwendungsorientierten Forschung soll nicht nur die Wissenschaft profitieren, die auf diesem Weg überprüft, inwieweit theoretische Grundlagen auf die Praxis übertragen werden können. Darüber hinaus basiert eine qualitativ hochwertige, praxisnahe und fundierte Lehre auf theoretischen Grundlagen, die um die Erkenntnisse anwendungsorientierter Forschung ergänzt werden.

Die ISM hat ferner in den letzten Jahren mehrere Forschungsinstitute gegründet, die Forschungs- und Kooperationsplattformen für die Professorinnen und Professoren der ISM bilden:

² <https://ism.de/forschung/forschungsaktivitaeten> (letzter Aufruf am 03.09.2021)

Institut	Gründung	Standort	Beispiele für aktuelle Projekte
Kienbaum Institute @ ISM	2013	Dortmund	<ul style="list-style-type: none"> · Ausbildung zum Business Coach · Leadership Compass & Digital Readiness Check · Studien zu Future Skills & Robotic Process Automation
Supply Chain Management Institute @ISM	2015	Frankfurt am Main	<ul style="list-style-type: none"> · Studie „Wirtschaftliche Effekte durch die City-Bahn“ für die Region Wiesbaden, Rheingau-Taunuskreis und Mainz
Institute for Real Estate & Location Research @ ISM	2016	München	<ul style="list-style-type: none"> · Möglichkeiten der Projektentwicklung einer hybriden Immobilie auf der Grundlage des Target Costing in hochpreisigen Märkten – am Beispiel München
Brand & Retail Management Institute @ ISM	2016	Dortmund	<ul style="list-style-type: none"> · Plattformökonomie · Sportsponsoring · KI-basierte Inhaltsanalyse / Social Listening
Entrepreneurship Institute @ ISM	2017	Köln	<ul style="list-style-type: none"> · Exist Potentiale – Etablierung und Ausbau einer Gründungskultur an der ISM · Exist Gründerstipendium – Betreuung des Gründerteams Rekla.me · Herausgeberband zum Thema „KI erfolgreich umsetzen“
Institute for Business Innovation & Evolution @ ISM	2017	Stuttgart	<ul style="list-style-type: none"> · Business R-Evolution Radar

Abbildung 15: Forschungs- und Kooperationsplattformen der ISM

Methodisch-didaktische Qualifikation und Integration von Theorie und Praxis:

Viele der Lehrenden sind seit langem an der ISM tätig und haben ihre didaktische Qualifikation durch die erfolgreiche Durchführung von Veranstaltungen in mehreren Studiengängen nachgewiesen. Bei festangestellten Hochschullehrerinnen und -lehrern ist eine Probelehrveranstaltung Teil des Berufungsverfahrens. Die Ergebnisse der Lehrevaluation im Sommersemester 2020 ergaben eine Bewertung von durchschnittlich 1,89 auf einer Schulnotenskala von 1 bis 5 über alle Lehrveranstaltungen der ISM.

Die meisten hauptberuflich Lehrenden haben vor dem Eintritt in die Hochschule in der Regel führende Funktionen in Unternehmen oder Beratungen bekleidet; weiterführende nebenberufliche Engagements der Lehrpersonen in Geschäftsführung, Beratung, Sozietäten, Projektleitungen, Aufsichtsratsfunktionen etc. sichern die Aktualität und Relevanz der Vorlesungs- und Thesis-Themen. Die Lehrbeauftragten sind ausgewiesene Praxisexpertinnen und -experten mit Lehrererfahrung.

Für die didaktische Umsetzung des Fernstudiums wurde ein Kompetenzteam E-Learning etabliert, das die Lehrenden bei der didaktischen Konzeption der Studiengänge berät und unterstützt und die Studienberatung übernimmt.

Die Hochschule setzt zur Personalentwicklung und -qualifizierung eine Vielzahl von Maßnahmen um, wie beispielsweise Teilnahme sowie das Halten von Vorträgen der hauptberuflichen Lehrkräfte an nationalen und internationalen wissenschaftlichen Tagungen, die Teilnahme an ISM-Forschungsworkshops, Deputatsreduktionen für die Durchführung von Forschungsprojekten.

ten und finanzielle Unterstützung bzw. Incentivierung für wissenschaftliche Publikationen sowie Schulungsprogramme für Lehrpersonen und Verwaltungsmitarbeitende.

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Auf Basis der Gesprächsrunden mit den Lehrenden im Rahmen der digitalen Begutachtung sowie der eingereichten Lebensläufe stellt das Gutachtergremium fest, dass das eingesetzte Personal fachlich und methodisch-didaktisch qualifiziert ist; besonders die unterstützende Rolle der Tutorinnen und Tutoren wird vom Gutachtergremium als besonders positiv hervorgehoben. Somit kann das Curriculum zur Erreichung der Qualifikations- und Kompetenzziele adäquat umgesetzt werden.

Das Gutachtergremium konnte sich davon überzeugen, dass die Hochschule geeignete Maßnahmen zur Personalauswahl und -qualifizierung ergreift. Was die Personalqualifizierung betrifft, bietet die Hochschule eine Reihe von Weiterbildungsmaßnahmen an.

Die hauptberuflich tätigen Professorinnen und Professoren bilden eine Quote von 77%. Somit wird gesichert, dass aktuelle Erkenntnisse aus der Forschung in die Lehre transferiert werden. Die Lehrdeputatsreduktion gewährt die Durchführung ihrer eigenen Forschung. Zudem garantiert die Einbindung in die Aktivitäten in eigens gegründeten Forschungsinstituten, dass die aktuellen Erkenntnisse aus der Forschung in der Lehre umfassend transferiert werden. Das Gutachtergremium bewertet die eingeschlagene Richtung im Bereich der Forschung positiv. Die unterschiedlichen Reifegrade sind bei den verschiedenen Themenschwerpunkten erkennbar, sodass das Gutachtergremium weitere Investitionen begrüßt.

Entscheidungsvorschlag

Erfüllt.

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

Sachstand

Studiengangübergreifende Aspekte

Die ISM gibt mit folgenden Punkten an, dass die Studiengänge über eine angemessene Ressourcenausstattung verfügen (vgl. Selbstbericht S. 37-39):

Verwaltungsunterstützung

Die Studierenden werden durch die Study-Coaches umfassend beraten und unterstützt. Sie sind im Bewerbungsprozess die ersten Ansprechpersonen für die Studierenden und führen das Aufnahmegespräch durch (vgl. § 8 Zulassungsordnung Master-Fernstudiengänge). Sie sind durch eine Schulung auf diese Aufgabe vorbereitet worden und können in der Regel eine ent-

sprechende Zusatzqualifikation im Bereich Coaching und Beratung nachweisen. Die Study-Coaches übernehmen außerdem die Aufgabe der allgemeinen Studienberatung (vgl. § 4 der Prüfungsordnung Master-Fernstudiengänge), z. B. bei Wechsel des Studiengangs oder der Hochschule, bei Nichtbestehen von Prüfungen, bei Unterbrechung des Studiums und vor Abbruch des Studiums. Die Beratung findet über asynchrone Kommunikationsmöglichkeiten statt, wie E-Mail, Chat und Kurs-Forum. Die Study-Coaches stehen auch für persönliche Gespräche via Telefon und Videokonferenz zu Verfügung. Die Study-Coaches sind nicht in Lehraufgaben eingebunden und haben deshalb auch die Funktion von Vertrauenspersonen. Sie vermitteln bei Bedarf weitere Ansprechpersonen innerhalb der Verwaltung des ISM.

Die Fachstudienberatung obliegt den Studiengangsleitungen. Die Study-Coaches unterstützen die Studiengangsleitungen bei der Fachstudienberatung, insbesondere bei Fragen zu Studieninhalten, Studienaufbau, Studienanforderungen und den Studientechniken.

Neben den Study-Coaches gibt es für die Studierenden im Fernstudium ein Support-Team, das Nutzersupport für die Bedienung der Lernplattform und des E-Campus bietet und für alle organisatorischen Fragen zur Verfügung steht. Das Team besteht zum Start des Studienbetriebs aus drei Personen und ist per E-Mail und Telefon erreichbar. Eine Ausweitung der telefonischen Erreichbarkeit auf die Abendstunden sowie Samstag ist geplant. Über das Support-Team sind auch die Mitarbeitenden des Career Centers und der Bibliothek, zu Praktika, Bewerbung, Literaturrecherche etc. erreichbar.

Für die didaktische Unterstützung der Lehrenden wurde ein Kompetenzteam E-Learning etabliert. Es besteht aktuell aus zehn Mitarbeitenden (9 VZÄ) sowie der Leitung Fernstudium. Das Team koordiniert die Produktion von Lerninhalten in Zusammenarbeit mit externen Dienstleistern und unterstützt die Modulverantwortlichen und Lehrbeauftragten bei der Konzeption der Lerninhalte für das Fernstudium. Außerdem ist es für den Aufbau der Service- und IT-Strukturen für das Fernstudium verantwortlich. Das Team wurde im Juni 2021 um zwei weitere Mitarbeitende im Bereich Studienberatung und Vertrieb bzw. Support erweitert.

Der Leitung Fernstudium obliegt die akademische und organisatorische Verantwortung für den Aufbau des Fernstudiums und den Studienbetrieb.

Darüber hinaus unterstützen weitere Abteilungen der Hochschulverwaltung wie Akkreditierung und Programmentwicklung, Bibliothek, Buchhaltung, Career Center und Alumnimanagement, Personal, Prüfungssekretariat, Qualitätsmanagement usw. Im September 2020 waren 181 Mitarbeiter (158,19 VZÄ) in der Hochschulverwaltung beschäftigt, einschließlich wissenschaftlicher Mitarbeitende.

Die ISM bietet für die Mitarbeitenden in der Verwaltung sowohl eigene Fortbildungskurse an, beispielsweise Sprachkurse in Englisch, wie auch die Teilnahme an Seminaren der ISM

Academy, am internen Fortbildungsprogramm der ESO, z. B. Führungskräftebildung oder bei Bedarf an Veranstaltungen externer Anbieter wie zum Beispiel der Akkreditierungsagenturen FIBAA oder AACSB oder der Online-Sprachschule Speexx.

IT-Infrastruktur / Lernplattform

Über die Lernplattform elearning.ism-fernstudium.de haben die Studierenden Zugriff auf alle Lerninhalte.

Bei den asynchronen Lehrveranstaltungen erhalten die Studierenden eine kommentierte Lese-Liste mit Pflichtliteratur und weiterem, ggf. auch audiovisuellem, Material, das sie eigenständig bearbeiten. Das Material wird weitgehend in digitaler Form bereitgestellt, sofern es sich nicht um Lehr- oder Fachbücher handelt, die Studierende in gedruckter Form selbst beschaffen sollen. Außerdem werden auf der Lernplattform Video-Lectures bereitgestellt, welche in der Regel 10 x 45 Minuten betragen, die zentrale Inhalte zusammenfassen und mit Beispielen veranschaulichen. Ergänzt werden Praxisbeispiele, kurze Fallstudien, Übungsaufgaben und Wiederholungsfragen, die den Studierenden zur Lernerfolgskontrolle dienen. Diskussionen und Feedback erfolgen über die Lernplattform.

Die synchronen Lehrveranstaltungen finden in einem virtuellen Klassenzimmer statt. Den Stundenplan finden die Studierenden im E-Campus, begleitendes Lernmaterial wird ebenfalls in der Lernplattform bereitgestellt.

Die Lernplattform elearning.ism-fernstudium.de basiert auf der Open-Source-Software Moodle. Neben den bereits dargestellten Lerninhalten werden auch interaktive Formate genutzt, z. B. für die Lernerfolgskontrolle. Der Nutzersupport wird zum Start des Studienbetriebs von zwei Mitarbeitenden übernommen, die per E-Mail und per Telefon erreichbar sind. Für die technische Umsetzung des E-Campus, in dem alle Prozesse des Student Life Cycle umgesetzt werden, wie Bewerbung, Immatrikulation, Belegung von Modulen, Prüfungsanmeldung etc., kooperiert die ISM ebenfalls mit einem externen Dienstleister.

Um erfolgreich studieren zu können, benötigen die Studierenden einen Computer mit Internetzugang. Die Teilnahme an den Onlineprüfungen setzt einen aktuellen Browser voraus. Hier kooperiert die ISM mit dem Anbieter Proctorio GmbH, München. Um die Integrität der Prüfungen sicherzustellen, erfolgt vor dem Start der Onlineklausuren eine automatisierte Identitätsprüfung mit Hilfe des Studierendenausweises und eine Überwachung der gesamten Klausur über die Webcam der zu prüfenden Person. Die Ergebnisse werden gespeichert. Bei schriftlichen Arbeiten geben die Studierenden mit Abgabe eine eidesstattliche Erklärung zur Prüfungsleistung ab, in der versichert wird, dass sie die Arbeiten eigenständig erstellt haben und keine anderen Hilfsmittel als die angegebenen verwendet haben. Die ISM nutzt Plagiatssoftware, um schriftliche Prüfungsleistungen auf Plagiate zu prüfen.

Für die Teilnahme an den synchronen Lehrveranstaltungen benötigen die Studierenden ein Headset inklusive Kopfhörer und Mikrofon. Hier nutzt die ISM die Webinar-Software Zoom; der Zugriff zu den Webinar-Räumen ist direkt über die Lernplattform möglich.

Mit allen externen Dienstleistern hat die ISM entsprechende Dienstleistungsverträge und Verträge zur Auftragsdatenverarbeitung abgeschlossen. Auf Antrag erhalten die Studierenden eine Lizenz für Office365.

Ausstattung und Angebot der Bibliothek

Die ISM-Bibliotheken werden an den Hochschulstandorten Dortmund, Frankfurt, München, Hamburg, Köln, Stuttgart und Berlin als Präsenzbibliotheken mit Kurzausleihe geführt. Neben Primär- und Sekundärliteratur liegen abonnierte wissenschaftliche Zeitschriften, Lehrbücher, Magazine und Wirtschaftszeitungen vor. Zusätzlich zu Literatur zur allgemeinen Betriebswirtschaftslehre, zu den Themenbereichen Management, Dienstleistung und Soft Skills sind auch Medien zu den Spezialgebieten der ISM-Studiengänge vorhanden. Die Studierenden können die Präsenzbibliotheken an den einzelnen Standorten nutzen. Sie erhalten über das Internet außerdem einen Zugriff auf die digitalen Inhalte der Bibliothek und die zur Verfügung stehenden Online-Datenbanksysteme: Wiso-Datenbanken, EBSCO Source Premier, OECD iLibrary, Statista.de, e-Book Business Collection, Juris-Datenbank (Paket *juris Standard*). Weiterhin kann Remote-Zugriff auf die Datenbank Thomson Reuters Eikon gewährt werden. Im Moment testet die ISM zudem einen Zugang zu Euromonitor. Die angeschlossenen Datenbanken haben E-Book-Pakete und Journals, die die Studierenden auch nutzen können. Die ISM hat aktuell 895 E-Books im Bestand.

Die ISM hat im Bibliotheksbereich eine *Demand Driven Acquisition* und kann somit auch kurzfristig auf Anfragen von Studierenden reagieren. In der Regel steht ein gewünschtes E-Book derzeit 24 Stunden nach Anfrage zur Verfügung oder der Studierende erhält eine alternative Lösung.

Die Bibliotheken der ISM sind auch in den vorlesungsfreien Zeiten geöffnet. Neben Hilfe bei der Literaturbeschaffung bietet das Fachpersonal auch Rat bei Fragen rund um das wissenschaftliche Arbeiten, wie z. B. Zitieren, Literaturverzeichnisse erstellen usw. Die Bibliotheken der ISM stellen den Hochschullehrenden und Studierenden via Campus-Lizenz das Literaturverwaltungsprogramm Citavi zur Verfügung.

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Die Verwaltungsunterstützung und die Ressourcenausstattung für die Studierenden und Lehrenden bewertet das Gutachtergremium durchweg positiv. Es hebt die administrative Unterstützung der Studierenden durch die Study-Coaches hervor, die den Studierenden während des gesamten Studiums beratend zur Seite stehen und erachtet es als wichtig, dass die Study-

Coaches den Fortschritt der Studierenden beobachten und insbesondere auf Drop-Out gefährdete Studierende aktiv zugehen. Zudem begrüßt es die Umsetzung des E-Learning Konzepts durch eine ausreichende Anzahl von Mitarbeitenden im E-Learning Team und einer angemessenen IT-Infrastruktur. So können die Studiengangsziele im Fernstudium aufgrund der vorhandenen Gegebenheiten für die Studierenden erreicht werden.

Da für ein Fernstudium besonders der Zugang zu Online-Datenbanken wichtig ist, sollte das digitale Angebot der Bibliothek, wie die Hochschule es bereits angekündigt hat, bedarfsorientiert kontinuierlich ausgebaut werden. Wie in der Studierendenrunde geäußert wurde, besteht bei den aktuellen Studierenden der Wunsch, auf Datenbanken von Anbietern wie z. B. Elsevier oder Springer zugreifen zu können. Des Weiteren sollte laut Gutachtergremium darauf geachtet werden, dass die empfohlene Literatur bzw. die Pflichtliteratur als E-Book zur Verfügung stehen.

Entscheidungsvorschlag

Erfüllt.

Das Gutachtergremium gibt folgende Empfehlung:

- Um den Studienerfolg der Studierenden noch weiter zu unterstützen, sollte das digitale Angebot der Bibliothek bedarfsorientiert kontinuierlich ausgebaut werden.

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

Sachstand

Die Anzahl, Form, der Umfang und die Anforderungen der Prüfungen sind im Modulhandbuch aufgeführt und im E-Campus einsehbar. Prüfungsmodalitäten sind in der Prüfungsordnung geregelt (vgl. § 13 Prüfungsordnung für die Master-Fernstudiengänge). Folgende Prüfungsleistungen werden laut Prüfungsordnung § 16 - § 19 in den Studiengängen abgelegt:

Bericht: Bei Berichten handelt es sich um eine schriftliche, systematische Aufarbeitung einer fachlich geeigneten Veranstaltung, wie z. B. Praktikum, Exkursion, Fachvortrag oder eines Projektes einschließlich einer kritischen Diskussion der Inhalte.

Hausarbeit: Hausarbeiten sind selbstständig erstellte fortlaufende Texte nach wissenschaftlichen und fachpraktischen Methoden in schriftlicher Form zu einem vorgegebenen Thema oder einer praxisorientierten Aufgabe bzw. Problemstellung, wie beispielsweise Fallstudien bzw. Cases, die es in einer vorgehenden Frist sowie einem festgelegten Umfang zu lösen gilt.

Klausur: Diese dient dem Nachweis der Lösung von Aufgaben sowie der Bearbeitung von Themen in begrenzter Zeit und mit begrenzten Hilfsmitteln mit den gängigen Methoden des Faches.

Der Fokus liegt zum einen auf der strukturierten Problemlösungskompetenz, d.h. der individuellen Bearbeitung konkreter mathematischer, juristischer, jahresabschlussbezogener oder statistischer Problemstellungen. Zum anderen werden in Klausuren der strukturierte Transfer theoretischer Konzepte sowie eine konstruktiv-kritische Auseinandersetzung mit kurzen Problemstellungen, Fallstudien oder Statements gefordert. Die Klausur wird als Online-Klausur in digitaler Form an einem Laptop bzw. einem Computer geschrieben und mit der Software Proctorio durchgeführt, die die Prüfungsaufsicht gewährleisten soll (vgl. § 12 Abs. 3 StudakVO). Nach Anmeldung zur Klausur erhalten die Studierenden einen Link, über den sie die Online-Klausur ablegen können. Eine Anwesenheit der Studierenden an einem Campus der ISM ist dazu nicht notwendig.

Kursbegleitende Teilprüfungen (E-Portfolio): Diese sind in Form von schriftlichen und/oder mündlichen Aufgaben während des Semesters im Rahmen der Veranstaltung durchzuführen. Sie dienen der kontinuierlichen Leistungserfassung. Beispiel für Teilprüfungen sind: Erarbeiten und Halten eines Referats, Erstellen eines kurzen Essays oder Debattenbeitrags, Erstellen eines (Teil-) Entwurfs oder (Teil-) Konzepts. Hier geht es auch um konkrete Lösungsansätze für eine Fragestellung aus der Praxis. Diverse Kompetenzen werden dabei geschult und letztendlich geprüft: analytische Problemlösungskompetenz, wissenschaftliches Arbeiten, Teamarbeit, Präsentationsfertigkeit sowie ggfs. Interaktion mit Unternehmen.

Master-Thesis: Sie soll zeigen, dass die Studierenden befähigt sind, innerhalb einer vorgegebenen Frist eine Fragestellung sowohl in ihren fachlichen Einzelheiten als auch in den fachübergreifenden Zusammenhängen nach wissenschaftlichen und fachpraktischen Methoden selbstständig zu bearbeiten. Die jeweilige Forschungsfrage kann sowohl praxisorientiert als auch konzeptionell bzw. eine Kombination aus beidem sein.

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Das Gutachtergremium ist der Ansicht, dass die definierten Lernziele durch die angegebenen Prüfungsleistungen zutreffend abgefragt werden und entsprechend aufeinander abgestimmt sind. Die Prüfungen sind modulbezogen und kompetenzorientiert. Um die Lernergebnisse kompetenzorientiert abzufragen, wird eine adäquate Mischung an Prüfungsleistungen eingesetzt, was das Gutachtergremium als sehr positiv erachtet. So werden neben E-Klausuren auch Berichte, Hausarbeiten und E-Portfolios eingesetzt.

Das Gutachtergremium äußerte hinsichtlich der Hinzuziehung der Prüfungssoftware Proctorio Bedenken, da es befürchtet, dass es keine vollumfängliche Sicherheit hinsichtlich möglicher Täuschungsversuche verhindern kann; so könnte ein Prüfling zum Beispiel unbemerkt auf ein neben sich liegendes Handy während einer Prüfung schauen. Daher empfiehlt das Gutachtergremium, die Software in Bezug auf Täuschungen zu evaluieren.

Die Prüfungsform der Klausuren soll kontinuierlich auf ihre Eignung überprüft werden. In diesem Zusammenhang schlägt das Gutachtergremium vor, adäquatere Prüfungsformen, wie Open-Book-Klausuren, Take-Home Exams sowie mündliche Prüfungen anstelle von E-Klausuren einzusetzen, um die Anwendung von Kompetenzen zu fördern.

Entscheidungsvorschlag

Erfüllt.

Das Gutachtergremium gibt folgende Empfehlung:

- Die Software Proctorio sollte kontinuierlich evaluiert werden. Des Weiteren könnten alternative Online-Prüfungsformen wie Open-Book-Klausuren, Take-Home Exams und mündliche Prüfungen anstelle von E-Klausuren eingesetzt werden.

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

Sachstand

Studiengangübergreifende Aspekte

Die ISM gibt folgende Punkte an, mit denen sie die Studierbarkeit gewährleistet (vgl. Selbstbericht S. 41):

Workload: Der Workload liegt unter Zugrundelegung von 30 Zeitstunden pro ECTS-Leistungspunkt bei 1.800 Stunden im Jahr (in den Vollzeit-Varianten). Durch die modulare Struktur des Curriculums und den hohen Anteil von Selbstlernmaterialien können sich die Studierenden ihre Zeit weitgehend frei einteilen. Es gibt keine festgelegten Prüfungsphasen oder vorlesungsfreie Zeiten.

Evaluation des Workloads: Die ISM ermittelt im Rahmen der Lehrevaluation die Arbeitsbelastung der Studierenden. Dazu erhalten die Studierenden jeweils nach Abschluss eines Moduls einen standardisierten Fragebogen, mit dem auch der Workload erhoben wird. Die Ergebnisse fließen in die inhaltliche Gestaltung der Module ein.

Prüfungsdichte: Jedes Modul schließt mit nur einer Prüfung ab. Auch die Varianz der Prüfungsformen unterstützt die Studierbarkeit. Der Wechsel zwischen Klausur, Hausarbeit/Bericht und E-Portfolio sorgt für eine Verteilung des Workloads ohne Prüfungsspitzen. Die Klausuren finden als Online-Prüfungen statt und können von den Studierenden nach individueller Zeitplanung absolviert werden. Die Studierenden können nicht bestandene Prüfungen zeitnah wiederholen. Alle Module können innerhalb eines Semesters abgeschlossen werden. Module, die sich über mehrere Semester erstrecken, gibt es nicht; lediglich für die Bearbeitung der Thesis ist bei ei-

nem Studium in Teilzeit mehr als ein Semester vorgesehen. Bei einer Bearbeitung in Teilzeit stehen je nach Teilzeitmodell 33 bzw. 44 Wochen für die Bearbeitung zur Verfügung.

Beratung: Die Studierenden werden durch die Study-Coaches z. B. für allgemeine Fragen zum Studienverlauf umfassend beraten und unterstützt. Die Beratung findet über asynchrone Kommunikationsmöglichkeiten statt, wie E-Mail, Chat, Kurs-Forum. Die Study-Coaches stehen aber auch für persönliche Gespräche via Telefon und Videokonferenz zu Verfügung. Auch die Modulverantwortlichen, die Lehrbeauftragten sowie Tutorinnen und Tutoren stehen als Ansprechpersonen für fachliche Fragen zur Verfügung. Sie sind – wie die Study-Coaches – über das Student-Dashboard für die Studierenden erreichbar.

Verwaltungsunterstützung: Das Support-Team steht für alle organisatorischen Fragen zur Verfügung. Es besteht zum Start des Studienbetriebs aus drei Personen und ist per E-Mail und Telefon erreichbar. Geplant ist eine Ausweitung der telefonischen Erreichbarkeit auf die Abendstunden und Samstag. Über das Support-Team sind auch die Mitarbeitenden des Career Centers und der Bibliothek, zu Praktika, Bewerbung, Literaturrecherche etc. erreichbar.

Career Center: Über das gesamte Studium verteilt werden für die Studierenden Webinare zu unterschiedlichen Themen angeboten. Ergänzt werden z. B. Workshops für Bewerbungen in Deutschland sowie im englischsprachigen Raum. Die Studierenden erhalten Unterstützung bei der Stellensuche bei Einstiegspositionen, Abschlussarbeiten sowie Werkstudententätigkeiten im In- und Ausland. Zu diesem Zweck wurde 2017 die mehrsprachige Karriereplattform JobTeaser etabliert, die vom Career Center inhaltlich betreut wird.

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Das Gutachtergremium erachtet die Studierbarkeit als gewährleistet. Es kommt zu diesem Ergebnis auf Basis der Informationen, die zum Zeitpunkt der Konzeptakkreditierung vorliegen.

Aufgrund der Studiengangstruktur ist die Überschneidungsfreiheit und zeitliche Unabhängigkeit von Lehrveranstaltungen und Prüfungen gegeben. Das Gutachtergremium erachtet die Prüfungsdichte und -organisation als adäquat und belastungsangemessen und hebt lobend die modulbegleitenden Teilprüfungen hervor, mit denen der Studienfortschritt der Studierenden gut beobachtet werden kann. Der Studiengänge sind so ausgestaltet, dass sie nach Einschätzung des Gutachtergremiums von den Studierenden innerhalb der Regelstudienzeit abgeschlossen werden können. Der Studienbetrieb ist planbar und verlässlich, indem die Studierenden durch die vielen Selbstlernmaterialien einen hohen Anteil ihrer Studienzeit frei einteilen können.

Das Gutachtergremium begrüßt, dass die Studierenden bei Rückfragen und Problemen umfassend durch die verschiedenen Ansprechpersonen, wie etwa Study-Coaches, Tutorinnen und Tutoren sowie dem Support-Team, betreut werden. Im Rahmen des Fernstudiums sind die Ansprechpersonen durch E-Mails, Chats und Live-Veranstaltungen angemessen erreichbar.

Entscheidungsvorschlag

Erfüllt.

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

Sachstand

Studiengangübergreifende Aspekte

Alle vier Masterstudiengänge werden im Fernstudium angeboten, die in Vollzeit oder in zwei Teilzeitformaten studiert werden können (vgl. Selbstbericht S. 42-44):

Die Fernstudiengänge eignen sich insbesondere für ein berufsbegleitendes Studium, zum einen aufgrund der zeitlichen Flexibilität (zwei Teilzeitmodelle, zwischen denen auch gewechselt werden kann, freie Wahl der Prüfungstermine, usw.) und zum anderen aufgrund einer hohen räumlichen Flexibilität, da eine Anwesenheit am Campus nicht notwendig ist. Auch die Prüfungsformate sind onlinebasiert.

Das Curriculum integriert synchrone und asynchrone Module, um einerseits eine hohe zeitliche Flexibilität zu ermöglichen, andererseits einen direkten Austausch mit den anderen Lernenden sowie den Lehrenden zu ermöglichen. Bei der terminlichen Planung der synchronen Module werden die Bedürfnisse der berufsbegleitenden Studierenden berücksichtigt. Deshalb werden die Termine frühzeitig festgelegt und in der Regel jeweils zum 1. März sowie 1. September im E-Campus veröffentlicht. Außerdem werden die Termine semesterweise wechselnd am frühen Vormittag bzw. abends angeboten oder – sofern die Studierendenzahl das zulässt – jeweils zwei Termine zur Auswahl angeboten. So haben Studierende größtmögliche Flexibilität bei der Planung des Studiums. Außerdem wird so auf Zeitverschiebungen Rücksicht genommen und auch den internationalen Studierenden die Teilnahme an den Live-Modulen ermöglicht.

Über die Lernplattform elearning.ism-fernstudium.de haben die Studierenden Zugriff auf alle Lerninhalte. Über die Modulforen können die Studierenden mit den anderen Lernenden sowie den Lehrpersonen Kontakt aufnehmen und sich austauschen. Zu den Modulen wird jeweils eine kommentierte Leseliste mit Lerninhalten ergänzt, die die Studierenden eigenständig bearbeiten sollen. Hier werden wissenschaftliche Originalarbeiten und (digitale) Lehr- und Fachbücher als Pflichtliteratur benannt, aber auch weiterführende Quellen, die die Studierenden nutzen sollen, um die Lerninhalte zu vertiefen.

Ergänzt wird das Studienmaterial um digitale Lehrbücher, die über die Lernplattform oder die Bibliothek der ISM zugänglich gemacht werden. Außerdem werden auf der Lernplattform zu den asynchronen Modulen Lernvideos mit den verantwortlichen Lehrpersonen bereitgestellt, die Inhalte erklären, vertiefen und mit Beispielen veranschaulichen. Ergänzt werden Praxisbeispiele

le, kurze Fallstudien, Übungsaufgaben und Wiederholungsfragen, die den Studierenden zur Lernerfolgskontrolle dienen. Zusätzlich finden die Studierenden in der Lernplattform weitere Hinweise auf ergänzendes schriftliches und audiovisuelles Lernmaterial sowie Empfehlungen, in welcher Reihenfolge das Material durchgearbeitet werden soll. Auch Diskussionen und Feedback erfolgen über die Lernplattform.

Auch alle Prüfungsformate in Fernstudium sind onlinebasiert. Es gibt keine festen Prüfungstermine. Die Studierenden melden sich über den E-Campus zur Prüfung an, die Abwicklung der Prüfungen erfolgt über die Lernplattform.

Didaktisches Konzept

Grundlage der didaktischen Konzeption der Studiengänge ist das von der ISM entwickelte INSPIRE-Prinzip, das vier zentrale Konzepte als Grundlage einer modernen digitalen Hochschuldidaktik beschreibt.



Abbildung 16: Didaktisches Konzept der ISM

Self-regulated: Studierende sind selbst für ihren Lernprozess verantwortlich. Die Lernmaterialien erlauben selbstgesteuertes Lernen und ermöglichen hohe zeitliche und räumliche Flexibilität.

Peer-focused: Lernen lebt vom Austausch mit anderen. Ein Teil der Lehrveranstaltungen findet daher als synchrone Lehrveranstaltung in einem virtuellen Klassenzimmer statt. Darüber hinaus wird jedes Modul mit einem Forum ergänzt, das die Studierenden für den Austausch und zur Klärung offener Fragen nutzen können.

Individual: Individuelles Coaching ist ein Schlüssel zum Lernerfolg. Neben den Modulverantwortlichen stehen den Studierenden Tutorinnen und Tutoren zur Verfügung, die fachliche Fragen beantworten und Rückmeldung zu Übungsaufgaben geben. Außerdem werden die Studierenden von Study-Coaches beraten.

Interest-Driven: Die Studierenden haben insbesondere in den Live-Seminaren die Möglichkeit, individuelle Schwerpunkte zu setzen und so das Studium an die eigenen Interessen und berufli-

che Perspektiven anzupassen, z. B. bei der Auswahl von Referatsthemen, der Bearbeitung von Fallstudien oder indem sie eigene Fälle aus der beruflichen Praxis einbringen. In den projektorientierten Modulen *Digital Bootcamp* und *Research & Consulting Project* arbeiten die Studierenden unter Anleitung der Lehrpersonen eigenständig an konkreten Praxisfragestellungen und sollen hier eigene Themen einbringen.

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Das Fernstudiengangskonzept ist nach Ansicht des Gutachtergremiums sehr gut umgesetzt. Gerade die Lernsettings entsprechen in guter Weise dem besonderen Profil. Es hebt die benutzerfreundliche Gestaltung der Lernplattform hervor.

Weiterhin erfordert das Fernstudium an der ISM keine Präsenzzeiten, da Veranstaltungen und Prüfungen online stattfinden. Somit können die Studierenden zeit- und ortsunabhängig lernen. Dadurch eröffnet der Fernstudienansatz das Studium für eine Zielgruppe, die von Präsenzhochschulen in der Regel fernbleiben, wie etwa erziehende oder beruflich eingespannte Studierende.

Entscheidungsvorschlag

Erfüllt.

Fachlich-Inhaltliche Gestaltung der Studiengänge (§ 13 StudakVO)

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

Sachstand

a) Studiengangsübergreifende Aspekte

Gemäß Selbstbericht erfolgt die Produktion der Lerninhalte im Team (vgl. S. 45): Die Modulverantwortlichen sind für die Inhalte und Lernziele verantwortlich und stellen die wissenschaftliche Qualität und Aktualität der Module sicher. Sie erstellen die Modulbeschreibung, legen die Lerninhalte fest, übernehmen ein Review der Lerninhalte und Prüfungsfragen, sind als Sprecherin oder Sprecher in den Lernvideos zu sehen und geben das Modul frei.

Die Verantwortung für den Erstellung- und Überarbeitungsprozess übernimmt eine verantwortliche Redakteurin aus dem E-Learning-Team. Sie ist die Ansprechpartnerin für die modulverantwortliche Person und koordiniert den Prozess. Bei der Produktion der Lerninhalte werden die Ergebnisse der Evaluation durch Studierende, der Evaluation durch Lehrpersonal und die Ergebnisse externer Evaluationen berücksichtigt.

Pro Jahr und Studiengang wird ein Review-Meeting stattfinden, in dem auf Basis der Lehrevaluationen und sonstiger Rückmeldung der Studierenden oder Lehrpersonen Verbesserungs-

möglichkeiten reflektiert werden. Neben den Studiengangsleitungen nimmt eine Person aus dem E-Learning-Team am Workshop teil. Außerdem werden nach Bedarf die Modulverantwortlichen oder weitere Lehrpersonen eingeladen. Auf dieser Basis wird festgelegt, welche Änderungen an den Inhalten oder an der didaktischen Konzeption vorgenommen werden.

b) Studiengangsspezifische Aspekte

Studiengang 03: Medien- & Kommunikationspsychologie (M.Sc.)

In ihrer Stellungnahme hat die ISM ausgeführt, dass es für Medien- & Kommunikationspsychologie keinen geeigneten Referenzrahmen der DGPs oder des BDP gibt. Soweit es inhaltlich möglich und sinnvoll war, hat die ISM die Kriterien der DGPs bei der Entwicklung dieses Studiengangs berücksichtigt.

Studiengang 04: Sustainability Management (M.A.)

Bei der Konzeption der Module ist die Expertise des Studiengangleiters im Bereich Nachhaltigkeitsforschung eingeflossen. Dabei wurden vor allem auch kritische Fragen des Nachhaltigkeitsdiskurses, zum Beispiel die Wachstumsfrage und die Anforderungen und Hindernisse einer gesellschaftlichen Transformation in Richtung Nachhaltigkeit, in die Kurse integriert.

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

a) Studiengangsübergreifende Bewertung

Das Gutachtergremium kann bestätigen, dass die Studiengangsleitungen der Studiengänge die Aktualität und Adäquanz von fachlichen und wissenschaftlichen Anforderungen und deren kontinuierliche Überprüfung in die Konzeption der Studiengänge einbezogen haben. Die Literaturangaben, Lehrinhalte sowie das didaktische Konzept sind überwiegend auf einem aktuellen Stand und gewährleisten die adäquate Durchführung der Studiengänge.

b) Studiengangsspezifische Bewertung

Studiengang 03: Medien- & Kommunikationspsychologie (M.Sc.)

Das Gutachtergremium ist der Ansicht, dass der Studiengang so, wie er konzipiert wurde, ein eigenständiges Programm in kommunikationspsychologischen Grundlagen für Betriebswirte ist. Damit der Studiengang profilierter wird, sollte, neben einer Verschärfung der Zulassungsbedingungen (siehe hierzu § 12 Abs. 1 Sätze 1 bis 3 und 5) eine stärkere Orientierung an einem fachbezogenen Referenzrahmen, wie beispielsweise dem der DGPs erfolgen. Der fachliche Diskurs sollte daher noch systematischer in der Weiterentwicklung des Studiengangs berücksichtigt werden.

Studiengang 04: Sustainability Management (M.A.)

Das Gutachtergremium gibt den Hinweis, dass in dem Modul *Research & Consulting Project* Digital Bootcamp-Themen aufgenommen oder diese alternativ in den allgemeinen Modulen behandelt werden könnten. Eine Verbindung bzw. ein Austausch zwischen den Modulen kann angeregt werden.

Das Gutachtergremium weist weiter darauf hin, dass die Themen Innovation und Entrepreneurship in das Curriculum aufgenommen werden könnten sowie Themen der Entwicklungszusammenarbeit. Die Themen Innovation und Entrepreneurship, u.a. verstanden als „Treiber eines nachhaltigen Wandels“, würden sich hinsichtlich der Positionierung des Studiengangs und somit in der Ausbildung der Studierenden mit den zuvor dargestellten Themenbereichen in positiver Weise verbinden und ein abgerundetes Gesamtbild des Studienganges ergeben. Dabei ist u.a. auch eine Verbindung zu den Modulen *Digital Bootcamp* bzw. *Research & Consulting Project* hervorzuheben. Hier ließen sich anwendungsorientierte Projekte im Bereich der Nachhaltigkeit realisieren, die auf dem Niveau eines M.A. einen Mehrwert für Studierende, die ISM, die Öffentlichkeit sowie Unternehmen etc. liefern. Der Fokus könnte gleichwohl nicht allein auf digitalen Themen (high tech), sondern auch auf analogen Themen (low tech) liegen.

Entscheidungsvorschlag

Erfüllt.

Das Gutachtergremium gibt folgende Empfehlung:

- Das Gutachtergremium empfiehlt, den fachlichen Diskurs noch systematischer in der Weiterentwicklung des Studiengangs Medien- & Kommunikationspsychologie (M.Sc.) zu berücksichtigen.

Studienerfolg ([§ 14 StudakVO](#))

Sachstand

Studiengangsübergreifende Aspekte

Gemäß Selbstbericht ist das Fundament des unternehmerischen Handelns die ISM Corporate Mission (vgl. S. 46-49): Bestehend aus Vision, Mission und Zielen bildet sie zugleich den Ausgangspunkt für den QM Kreislauf, der die Qualitätssicherung und -weiterentwicklung in den Bereichen Studium, Lehre, Verwaltung und Forschung unter Einbezug von Vertretern aller Organisationsmitglieder sicherstellt. Der QM Kreislauf bestehend aus Planung, Lenkung, Sicherung und Entwicklung:



Abbildung 17: QM Kreislauf (vgl. Selbstbericht S. 46)

Planung

Die Planung orientiert sich an den Zielen, die sich die ISM gesetzt hat:

- Ausbildung künftiger Fach- und Führungskräfte
- Förderung von angewandter Forschung und wissenschaftlichem Nachwuchs
- Stärkung der regionalen Beziehungen und des überregionalen Ansehens der ISM
- Weiterer Ausbau des internationalen Netzwerks der ISM
- Stetige Weiterentwicklung der Lehr-, Forschungs- und Verwaltungskapazitäten zur Qualitätssicherung

Lenkung

Im Bereich Lenkung werden interne Maßnahmen (Prozessmanagement), Rahmenbedingungen und Vorgaben (NRW Hochschulgesetz, Vorgaben im Rahmen von Akkreditierungen usw.) zur Umsetzung der Ziele zusammengefasst. Um die Qualität der Verwaltungsprozesse an den sieben Standorten sowie im Fernstudium zu gewährleisten, spielt Prozessmanagement eine zentrale Rolle. Alle dokumentierten Verwaltungsprozesse sind in der ISM Prozessmatrix zusammengefasst. Regularien und Ordnungen sind im E-Campus veröffentlicht. Evaluationen werden in der Evaluationsordnung der ISM geregelt.

Sicherung

Interne und externe Evaluationen prüfen, ob die Ziele erreicht und Rahmenbedingungen eingehalten worden sind. Folgende Evaluationen kommen zum Einsatz:

Evaluation durch Studierende

- Lehrevaluation
Die Studierenden erhalten jeweils zum Abschluss eines Moduls die Gelegenheit, die Lehrveranstaltungen über einen Onlinefragebogen zu bewerten. In diesem Kontext er-

folgt auch eine Bewertung des Workloads der Veranstaltung. Die Ergebnisse dieser Auswertung werden den Studiengangsleitungen und der Leitung des Fernstudiums zur Verfügung gestellt. Die Modulverantwortlichen erhalten eine Auswertung zu den einzelnen Modulen, die Angaben zur Beteiligung, den Mittelwerten und Standardabweichungen der Einzelkriterien sowie die Verbatims enthält. Für die Studierenden wird einmal pro Jahr im Student-Dashboard des E-Campus eine kurze Auswertung veröffentlicht. Die Leitung des Fernstudiums prüft bei schlechten Bewertungen, welche Anpassung an den Inhalten des Moduls, der didaktischen Gestaltung oder den Lehrpersonen vorgenommen werden muss. Bei wiederholt schlechter Bewertung kann entschieden werden, dass Lehrbeauftragte sowie Tutorinnen und Tutoren nicht mehr eingesetzt werden. Aus den Bewertungen der Studierenden können sich ferner für die Studiengangsleitungen oder die Modulverantwortlichen Hinweise auf Verbesserungspotenzial für eine Lehrveranstaltung ergeben, die zu einer Überarbeitung des Moduls führen.

- Workload

In den Kontext der Evaluation ist eine Befragung zum Workload der Module eingebettet. Fallen vorgesehener Workload und von den Studierenden berichteter Workload stark auseinander, erfolgt eine Anpassung der Modulinhalte.

- Service-Evaluation

Im Rahmen der Service-Evaluation werden die Study-Coaches und das Support-Team sowie die Infrastruktur, v. a. E-Campus und Lernplattform einmal pro Jahr anhand eines online-basierten Fragebogens von den Studierenden bewertet. Anschließend werden Maßnahmen und Lösungen erarbeitet, die zur Verbesserung der wahrgenommenen Defizite beitragen. Eine Zusammenfassung der Ergebnisse der Evaluation sowie der daraus abgeleiteten Maßnahmen wird der hochschulinternen Öffentlichkeit im Dashboard des E-Campus zugänglich gemacht.

Evaluation durch Lehrpersonal

- Assurance of Learning

Mit dem Absolventenprofil korrespondierende Lernziele werden in bestimmten Lehrveranstaltungen überprüft. Die Lehrpersonen geben auf Bewertungsbögen an, ob die jeweiligen Fähigkeiten und Kenntnisse der Studierenden die angestrebten Erwartungen erfüllen, übertreffen oder nicht erfüllen. Fällt ein signifikanter Anteil der Studierenden hinter den Erwartungen zurück, sind Verbesserungsmaßnahmen einzuleiten.

- Review-Meeting

Pro Jahr und Studiengang wird ein Review-Meeting stattfinden, in dem auf Basis der Lehrevaluationen und sonstiger Rückmeldung der Studierenden oder Lehrpersonen Verbesserungsmöglichkeiten reflektiert werden. Neben den Studiengangsleitungen

nimmt eine Person aus dem E-Learning-Team daran teil. Außerdem werden nach Bedarf die Modulverantwortlichen oder weitere Lehrpersonen eingeladen. Auf dieser Basis wird festgelegt, welche Änderungen an den Inhalten oder der didaktischen Konzeption vorgenommen werden.

Externe Evaluationen

- Alumni-Befragung

Die Alumni-Befragung dient unter anderem der Qualitätssicherung und -weiterentwicklung des Studienangebots. Gegenstand der Befragung sind u. a. personenbezogene Daten, z. B. Geschlecht, Standort, Studiengang und Abschluss, Informationen zum Berufseinstieg, z. B. Zeit zwischen Abschluss und Berufseinstieg sowie Einstiegsgehalt und Fragen zur Beschäftigung, z. B. aktuelle Tätigkeit und Personal- oder Budgetverantwortung. Darüber hinaus wird gefragt, welche Studieninhalte besonders relevant waren und welche ggf. zukünftig ergänzt werden sollten. Gemäß § 6 Abs. 5 der Evaluationsordnung werden Alumni über die Evaluationsordnung informiert.

- Evaluation im Rahmen von Akkreditierungen und Hochschulrankings

Auf institutioneller Ebene erfolgt eine externe Evaluation durch den Wissenschaftsrat. Dieser hat die ISM im Jahr 2015 geprüft und zum zweiten Mal in Folge eine Akkreditierung für 10 Jahre ausgesprochen. Die im Rahmen dieser Akkreditierung empfohlenen Verbesserungsmaßnahmen sind in die Studiengänge eingeflossen und berücksichtigt worden. Auch die Forschungsaktivitäten sind intensiviert worden.

Seit 2017 ist die ISM offiziell zum Akkreditierungsprozess von AACSB zugelassen. Im Zentrum der Akkreditierung steht die kontinuierliche Verbesserung von Lehre, Forschung und internen Abläufen.

Kritisch berücksichtigt werden von der ISM auch Hochschulrankings. Zwar erhält die Hochschule in diesem Fall kein direktes Feedback von einer evaluierenden Person oder Institution, doch vermitteln solche Rankings – je nach Ausrichtung – einen Einblick in die Wahrnehmung der ISM durch Studierende oder Unternehmen und zeigen zugleich eine Einordnung der Hochschule am Bildungsmarkt.

- Feedback durch Unternehmen und Kuratorium

Unternehmen geben der ISM ebenfalls wichtiges Feedback über Stärken und Schwächen der Absolventinnen und Absolventen im Berufsalltag und damit verbundene mögliche Verbesserungsmöglichkeiten der Studiengänge, zum Beispiel im Rahmen von Praxisprojekten.

Zudem erhält die ISM immer wieder kritische Anmerkungen zu Aufbau und Inhalt der Studiengänge von Mitgliedern des Kuratoriums³ und arbeitet konsequent an der Modernisierung und Praxisorientierung der Studieninhalte. Dem Kuratorium gehören verdiente Persönlichkeiten aus der Berufspraxis und dem öffentlichen Leben an.

Prüfungstatistik

Die Prüfungsergebnisse werden für jedes Modul in Form einer Prüfungsstatistik ausgewertet und den Studierenden durch Veröffentlichung einmal im Jahr im Student-Dashboard des E-Campus zugänglich gemacht.

Entwicklung

Im Bereich Entwicklung werden Verbesserungsmaßnahmen ausgearbeitet und dokumentiert. In den folgenden Gremien und institutionalisierten Abstimmungen werden hierfür die Ergebnisse aus dem Bereich Sicherung diskutiert:

- Feedback-Schleife Service-Evaluation: Die Ergebnisse der Service-Evaluation werden in enger Abstimmung mit dem Qualitätsmanager, den Abteilungsleitenden und der Leitung Fernstudium analysiert und als Handlungsempfehlung an den Präsidenten weitergeleitet.
- Feedback-Schleife Lehrevaluation: Nach einer Vorabanalyse durch den Qualitätsmanager werden die Ergebnisse der Lehrevaluation dem Präsidium, der Leitung Fernstudium und den Studiengangsleitungen zur Verfügung gestellt. Gegenstand der Betrachtung sind auch die Beurteilungen der studentischen Arbeitsbelastung in der Workload-Analyse.
- Feedback-Schleife Assurance of Learning (AoL): Das AoL Komitee und die Studiengangsleitungen erhalten einmal im Jahr eine Übersicht der AoL-Ergebnisse. In der Übersicht werden besonders auffällige Ergebnisse hervorgehoben, zu denen sich die Studiengangsleitungen äußern müssen. Einmal im Jahr wird ein AoL Report erstellt, in dem alle Ergebnisse und Maßnahmen zusammengefasst werden.
- Fachtagungen und Departmentsitzungen: Standortübergreifende Fachtagungen und Departmentsitzungen zu unterschiedlichen Themenschwerpunkten fördern den inhaltlichen Dialog und die Weiterentwicklung der Studiengänge. Eine Diskussionsgrundlage sind die Ergebnisse aus der Lehrevaluation. Die Studiengangsleitungen nehmen an den Fachtagungen teil. So findet auch über die Studienmodelle hinweg ein fachlicher Austausch zu aktuellen Themen und Trends und den Forschungsthemen, an denen gearbeitet wird, statt.

³ <https://ism.de/hochschule/kuratorium> (letzter Abruf am 03.09.2021)

Review-Meeting zum Studiengang: In dem einmal jährlich geplanten Review-Meeting zum Studiengang wird auf der Basis der Rückmeldung der Studierenden sowie der Lehrpersonen und der Ergebnisse aus den externen Evaluationen im Team mit dem Studiengangsleitungen, einer Person aus dem E-Learning Team sowie ggfs. weiteren Modulverantwortlichen festgelegt, welche Änderungen an den Inhalten oder der didaktischen Konzeption vorgenommen werden.

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Die Studiengänge unterliegen einem kontinuierlichen Monitoring. Die Hochschule berücksichtigt dabei sowohl die akademische als auch die organisatorische Seite. Hierbei werden vor allem Studierende, aber auch Absolventinnen und Absolventen befragt. Das Gutachtergremium begrüßt, dass auf Grundlage aller Evaluationen Maßnahmen zur Sicherung des Studienerfolgs abgeleitet werden und fortlaufend überprüft werden, sodass die Ergebnisse in die die Weiterentwicklung des Studiengangs einfließen.

Entscheidungsvorschlag

Erfüllt.

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

Studiengangsübergreifende Aspekte

Sachstand

Laut Selbstbericht (vgl. S. 50 f.) fördert die ISM die Geschlechtergerechtigkeit und die Chancengleichheit von Studierenden in besonderen Lebenslagen durch folgende Punkte:

Code of Conduct:

Der respektvolle und faire Umgang mit allen Menschen, unabhängig von nationaler Herkunft, Behinderung, sexueller Orientierung, Geschlecht oder Alter ist im Code of Conduct der ISM festgeschrieben. Dieser gilt für alle Hochschulangehörigen, nämlich Studierende, Mitarbeitende und Lehrbeauftragte, sowie Partner der ISM und enthält in den Schlussbestimmungen ebenfalls Regelungen zum Umgang mit Verstößen gegen den Verhaltenskodex.

Nachteilsausgleich:

Zur Berücksichtigung der besonderen Bedürfnisse von Studierenden mit Behinderung bzw. chronischer Erkrankung sind in der Zulassungsordnung (§ 3 ZO Masterstudiengänge) und in der Prüfungsordnung (§ 1 PO Master-Fernstudiengänge) Nachteilsausgleiche in Bezug auf Studienzulassung, Studienablauf und -bedingungen sowie Prüfungsverfahren und -bedingungen gewährt. Ferner sind besondere Lebenslagen von Studierenden, wie die notwen-

dige Einhaltung gesetzlicher Mutterschutzfristen, die Fristen der Elternzeit sowie Ausfallzeiten durch die Pflege von Ehegatten, eingetragenen Lebenspartnern oder eines in gerader Linie Verwandten oder ersten Grades Verschwägerten berücksichtigt. Konkrete Maßnahmen sind in § 1 der Prüfungsordnung benannt.

Urlaubssemester:

Für Studierende besteht die Möglichkeit, Urlaubssemester einzulegen. Bei Studierenden mit minderjährigen Kindern können sich dabei beide Elternteile, ggf. auch im Wechsel, semesterweise beurlauben lassen. Trotz der Beurlaubung können in diesem Fall und im Falle der Pflege naher Angehöriger auch einzelne Prüfungsleistungen erbracht werden.

Hilfe bei der Studienfinanzierung:

Grundsätzlich möchte die ISM jedem geeigneten Bewerber und jeder geeigneten Bewerberin unabhängig von der individuellen finanziellen Situation ein Studium an der ISM ermöglichen. Daher werden einzelne Studierende von der ISM während des Studiums durch z.B. Teil- und Vollzeitstipendien oder Gebührenreduzierungen gefördert. Für Studierende im akuten Krankheitsfall oder Studierende mit Kind bietet die ISM darüber hinaus flexible Zahlungsmodalitäten für Studiengebühren, Studienkredite oder Darlehen an.

Gleichstellungsbeauftragte bzw. -beauftragter, Behindertenbeauftragte bzw. -beauftragter:

Es gibt Beauftragte für Gleichstellung und für Personen mit Behinderung, die als Ansprechpersonen zur Verfügung stehen und sich um die Umsetzung der getroffenen Maßnahmen kümmern. Beide gehören mit beratender Stimme dem Senat an.

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Das Zusammenwirken der verschiedenen Elemente wie der Code of Conduct, die Regelungen zum Nachteilsausgleich bei den Ordnungen und die Position der Gleichstellungsbeauftragten und Behindertenbeauftragten ergeben ein stimmiges Konzept zur Geschlechtergerechtigkeit und zur Förderung der Chancengleichheit von Studierenden in besonderen Lebenslagen. Somit sind nach Ansicht des Gutachtergremiums Geschlechtergerechtigkeit und Chancengleichheit auf Studiengangsebene vorhanden.

Entscheidungsvorschlag

Erfüllt.

3 Begutachtungsverfahren

3.1 Allgemeine Hinweise

Die Begutachtung wurde in digitaler Form mit dem Konferenztool Zoom durchgeführt.

Folgende Dokumente hat die Hochschule im Rahmen des Verfahrens nachgereicht:

- Aktualisierte Prüfungsordnung
- Aktualisierte Modulhandbeschreibungen
- Aktualisierte Diploma Supplements
- Aktualisierte PO Fernstudium deutsch
- Informationen zum Bibliotheksbestand
- Stellungnahme zum fachlichen Referenzrahmen des Masterfernstudiengangs M.Sc. Medien- & Kommunikationspsychologie
- Aktualisierte Evaluationsordnung

Dadurch konnten z. T. Auflagenempfehlungen entfallen.

Die Hochschule hat einen Antrag auf Genehmigung der Bündelzusammensetzung durch den Akkreditierungsrat (gemäß § 30 Abs. 2 StudakVO) gestellt. Dieser Antrag wurde am 16.12.2020 bewilligt. Der in der Genehmigung genannte Studiengang „M.A. Digital Marketing“ entspricht dem Studiengang „M.A. Digital Marketing Management“. Die Bezeichnung des Studiengangs wurde im Zuge der Ausarbeitung des Studiengangskonzeptes leicht modifiziert.

Die Studierendenvertretung Dortmund wurde in die Erstellung des Selbstberichts eingebunden und hatte die Möglichkeit, den Selbstbericht um die Sichtweise der Studierenden zu ergänzen (§ 14 StudakVO und § 15 StudakVO am 6.9.2020).

3.2 Rechtliche Grundlagen

Akkreditierungsstaatsvertrag

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

3.3 Gutachtergremium

Hochschullehrende

- Prof. Dr. Michael Häfner, Professor für Kommunikationspsychologie, Universität der Künste Berlin
- Prof. Dr. Ralph Sonntag, Professor für Marketing, Hochschule für Technik und Wirtschaft Dresden
- Prof. Dr. Ulf J. Timm, Professor für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre / Wirtschaftsinformatik, Technische Hochschule Lübeck
- Prof. Dr. Kim Oliver Tokarski, Professor für Entrepreneurship und Unternehmensführung, Berner Fachhochschule

Vertreterin mit Fernstudienexpertise

- Dr. Heike Brand, ehem. Referentin in der Stabsstelle Hochschulstrategie und strategische Kooperation mit dem Schwerpunkt Digitalisierung, FernUniversität Hagen

Vertreter der Berufspraxis

- Raymon Deblitz, Vice President Energy Consulting, Deutsche Telekom / T-Systems International GmbH Frankfurt

Studentin

- Carolin Weidner, Studentin Digital Business (M.Sc.), abgeschlossen: Handels- und Dienstleistungsmanagement (B.A.), Ostbayerische Technische Hochschule Amberg-Weiden

4 Datenblatt

4.1 Daten zum Studiengang

Es handelt sich um eine Konzeptakkreditierung, aus diesem Grund stehen noch keine statistischen Daten zu Verfügung.

4.2 Daten zur Akkreditierung

Vertragsschluss Hochschule – Agentur:	19.01.2021
Eingang der Selbstdokumentation:	09.04.2021
Zeitpunkt der Begehung:	05. und 07.07.2021 ⁴
Personengruppen, mit denen Gespräche geführt worden sind:	Hochschulleitung, Studiengangsleitungen, Lehrende, Mitarbeitende der Verwaltung und des Qualitätsmanagements, Studierende
An räumlicher und sächlicher Ausstattung wurde besichtigt (optional, sofern fachlich angezeigt):	Die Begutachtung wurde digital durchgeführt.

⁴ Die Begutachtung wurde am 7. Juli 2021 durchgeführt. Durch einen Terminkonflikt eines Gutachters wurde der Studiengang Digital Marketing Management in einem zusätzlichen Termin am 5. Juli 2021 begutachtet. Anwesend waren die Studiengangsleitung, die Leitung der Fernstudiengänge sowie drei Mitglieder des Gutachtergremiums.

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.
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
MRVO	Studienakkreditierungsverordnung

Anhang

§ 3 Studienstruktur und Studiendauer

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

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

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

[Zurück zum Prüfbericht](#)

§ 4 Studiengangprofile

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

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

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

[Zurück zum Prüfbericht](#)

§ 5 Zugangsvoraussetzungen und Übergänge zwischen Studienangeboten

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

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

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

[Zurück zum Prüfbericht](#)

§ 6 Abschlüsse und Abschlussbezeichnungen

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

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

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

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

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

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

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

[Zurück zum Prüfbericht](#)

§ 7 Modularisierung

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

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

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

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

[Zurück zum Prüfbericht](#)

§ 8 Leistungspunktesystem

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

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

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

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

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

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

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

[Zurück zum Prüfbericht](#)

Art. 2 Abs. 2 StAkkStV Anerkennung und Anrechnung*

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

[Zurück zum Prüfbericht](#)

§ 9 Besondere Kriterien für Kooperationen mit nichthochschulischen Einrichtungen

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

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

[Zurück zum Prüfbericht](#)

§ 10 Sonderregelungen für Joint-Degree-Programme

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

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

4. abgestimmtes Zugangs- und Prüfungswesen und

5. eine gemeinsame Qualitätssicherung.

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

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

[Zurück zum Prüfbericht](#)

§ 11 Qualifikationsziele und Abschlussniveau

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

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

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

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

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

[Zurück zum Gutachten](#)

§ 12 Schlüssiges Studiengangskonzept und adäquate Umsetzung

§ 12 Abs. 1 Sätze 1 bis 3 und Satz 5

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

[Zurück zum Gutachten](#)

§ 12 Abs. 1 Satz 4

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

[Zurück zum Gutachten](#)

§ 12 Abs. 2

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

[Zurück zum Gutachten](#)

§ 12 Abs. 3

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

[Zurück zum Gutachten](#)

§ 12 Abs. 4

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

[Zurück zum Gutachten](#)

§ 12 Abs. 5

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

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

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

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

[Zurück zum Gutachten](#)

§ 12 Abs. 6

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

[Zurück zum Gutachten](#)

§ 13 Fachlich-Inhaltliche Gestaltung der Studiengänge

§ 13 Abs. 1

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

[Zurück zum Gutachten](#)

§ 13 Abs. 2

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

§ 13 Abs. 3

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

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

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

[Zurück zum Gutachten](#)

§ 14 Studienerfolg

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

[Zurück zum Gutachten](#)

§ 15 Geschlechtergerechtigkeit und Nachteilsausgleich

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

[Zurück zum Gutachten](#)

§ 16 Sonderregelungen für Joint-Degree-Programme

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

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

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

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

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

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

[Zurück zum Gutachten](#)

§ 19 Kooperationen mit nichthochschulischen Einrichtungen

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

[Zurück zum Gutachten](#)

§ 20 Hochschulische Kooperationen

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

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

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

[Zurück zum Gutachten](#)

§ 21 Besondere Kriterien für Bachelorausbildungsgänge an Berufsakademien

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

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

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

1. das Zusammenwirken der unterschiedlichen Lernorte (Studienakademie und Betrieb),
2. die Sicherung von Qualität und Kontinuität im Lehrangebot und in der Betreuung und Beratung der Studierenden vor dem Hintergrund der besonderen Personalstruktur an Berufsakademien und
3. das Bestehen eines nachhaltigen Qualitätsmanagementsystems, das die unterschiedlichen Lernorte umfasst.

[Zurück zum Gutachten](#)

Art. 2 Abs. 3 Nr. 1 Studienakkreditierungsstaatsvertrag

Zu den fachlich-inhaltlichen Kriterien gehören

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

[Zurück zu § 11 StudakVO](#)

[Zurück zum Gutachten](#)