

# Beschluss der FIBAA-Akkreditierungskommission für Programme

**96. Sitzung am 2. Oktober 2015**

**(geändert nach Abschluss des Beschwerdeverfahrens in der 101. Sitzung am 25. November 2016)**

**Projektnummer: 15/018**  
**Hochschule: Europäische Fachhochschule Rhein/Erft GmbH**  
**Studiengänge: Human Resource Management (M.A.)**  
**Logistikmanagement (M.A.)**  
**Management in dynamischen Märkten (M.A.)**  
**Marketingmanagement (M.A.)**  
**Business Development Management (dual) (M.A.)**  
**Business Development Management (Vollzeit, Teilzeit) (M.A.)**

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

Die Studiengänge **Human Resource Management (M.A.)**, **Logistikmanagement (M.A.)** und **Marketingmanagement (M.A.)** werden gemäß Ziff. 3.1.2 i.V.m. 3.2.1 i.V.m. 3.2.2 der Regeln des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung i.d.F. vom 20. Februar 2013 unter jeweils drei Auflagen für sieben Jahre re-akkreditiert.

Akkreditierungszeitraum: 02. Oktober 2015 – 31. Dezember 2022

Auflagen:

- Auflage 1: Die Hochschule legt hinsichtlich der Module HRM-RES\_01, LMM\_MARK\_01 und MM\_RES\_02 in den Modulbeschreibungen die Art der Prüfungen, die zu absolvieren sind, abschließend fest oder sorgt für eine verbindliche Regelung in der SPO, so dass für die Studierenden spätestens zu Beginn der Veranstaltungen in den genannten Modulen transparent ist, mit welcher Prüfung sie abschließen (*siehe Kapitel 3.2, Rechtsquelle: Ziff. 1.1, 2 e) der der Rahmenvorgaben für die Einführung von Leistungspunktsystemen*).
- Auflage 2: In der SPO regelt die Hochschule, dass die Anrechnung außerhochschulisch erbrachter Leistungen ohne Ausnahme lediglich bis zur Hälfte der im Studiengang zu erwerbenden ECTS-Punkte möglich ist (*siehe Kapitel 3.2, Rechtsquelle: Ziffer A 1. der Ländergemeinsamen Strukturvorgaben*).
- Auflage 3: Die Hochschule weist bis zum nächsten Studienstart nach, dass Anzahl und Struktur des Lehrpersonals an den Standorten Brühl, Neuss und Aachen auch unter Berücksichtigung der Mitwirkung in anderen Studiengängen korrespondieren und den nationalen Vorgaben entsprechen (*siehe Kapitel 4.1, Rechtsquelle: Ziff. 2.7 der Regeln des Akkreditierungsrates*).

Die Erfüllung der Auflagen ist bis zum 25. August 2017 nachzuweisen.

Der Studiengang **Management in dynamischen Märkten (M.A.)** wird gemäß Ziff. 3.1.2 i.V.m. 3.2.1 i.V.m. 3.2.2 der Regeln des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung i.d.F. vom 20. Februar 2013 unter zwei Auflagen für sieben Jahre re-akkreditiert.

Akkreditierungszeitraum: 02. Oktober 2015 – Ende Wintersemester 2022/23

- Auflage 1: In der SPO regelt die Hochschule, dass die Anrechnung außerhochschulisch erbrachter Leistungen ohne Ausnahme lediglich bis zur Hälfte der im Studiengang zu erwerbenden ECTS-Punkte möglich ist (*siehe Kapitel 3.2, Rechtsquelle: Ziffer A 1. der Ländergemeinsamen Strukturvorgaben*).
- Auflage 2: Die Hochschule weist bis zum nächsten Studienstart nach, dass Anzahl und Struktur des Lehrpersonals an den Standorten Brühl, Neuss und Aachen auch unter Berücksichtigung der Mitwirkung in anderen Studiengängen korrespondieren und den nationalen Vorgaben entsprechen (*siehe Kapitel 4.1, Rechtsquelle: Ziff. 2.7 der Regeln des Akkreditierungsrates*).

Die Erfüllung der Auflagen ist bis zum 25. August 2017 nachzuweisen.

Die Studiengang **Business Development Management (Vollzeit/Teilzeit) (M.A.)** wird gemäß Ziff. 3.1.2 i.V.m. 3.2.4 i.V.m. 3.2.2 der Regeln des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung i.d.F. vom 20. Februar 2013 unter drei Auflagen für fünf Jahre akkreditiert.

Akkreditierungszeitraum: 02. Oktober 2015 – 31. Dezember 2020

Auflagen:

- Auflage 1: Die Hochschule legt hinsichtlich des Moduls BDM\_MAN\_02 in der Modulbeschreibung die Art der Prüfungen, die zu absolvieren sind, abschließend fest oder sorgt für eine verbindliche Regelung in der SPO, so dass für die Studierenden spätestens zu Beginn der Veranstaltungen in dem genannten Modul transparent ist, mit welcher Prüfung es abschließt (*siehe Kapitel 3.2, Rechtsquelle: Ziff. 1.1, 2 e) der der Rahmenvorgaben für die Einführung von Leistungspunktsystemen*).
- Auflage 2: In der SPO regelt die Hochschule, dass die Anrechnung außerhochschulisch erbrachter Leistungen ohne Ausnahme lediglich bis zur Hälfte der im Studiengang zu erwerbenden ECTS-Punkte möglich ist (*siehe Kapitel 3.2, Rechtsquelle: Ziffer A 1. der Ländergemeinsamen Strukturvorgaben*).
- Auflage 3: Die Hochschule weist bis zum Studienstart nach, dass Anzahl und Struktur des Lehrpersonals an den Standorten Brühl, Neuss, Köln und Aachen auch unter Berücksichtigung der Mitwirkung in anderen Studiengängen korrespondieren und den nationalen Vorgaben entsprechen (*siehe Kapitel 4.1, Rechtsquelle: Ziff. 2.7 der Regeln des Akkreditierungsrates*).

Die Erfüllung der Auflagen ist bis zum 25. August 2017 nachzuweisen.

Der Studiengang **Business Development Management (dual) (M.A.)** wird gemäß Ziff. 3.1.2 i.V.m. 3.2.4 i.V.m. 3.2.2 der Regeln des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung i.d.F. vom 20. Februar 2013 unter fünf Auflagen für fünf Jahre akkreditiert.

Akkreditierungszeitraum: 02. Oktober 2015 – 31. Dezember 2020

- Auflage 1: Die Hochschule verankert die Bedingung, dass die Studierenden spätestens nach 16 Wochen im ersten Semester einen Vertrag mit einem Unternehmen vorlegen müssen, in der Zulassungsordnung und informiert die Studierenden darüber in Informationsmaterialien und auf der Website (*siehe Kapitel 2: Rechtsregel: Ziff. 2.8 der Regeln des Akkreditierungsrates, Ziff. 6 der Handreichung der AG „Studiengänge mit besonderem Profilanspruch*).
- Auflage 2: Die Hochschule legt hinsichtlich des Moduls BDM\_MAN\_02 in der Modulbeschreibung die Art der Prüfungen, die zu absolvieren sind, abschließend fest oder sorgt für eine verbindliche Regelung in der SPO, so dass für die Studierenden spätestens zu Beginn der Veranstaltungen in dem genannten Modul transparent ist, mit welcher Prüfung es abschließt (*siehe Kapitel 3.2, Rechtsquelle: Ziff. 1.1, 2 e) der der Rahmenvorgaben für die Einführung von Leistungspunktsystemen*).
- Auflage 3: In der SPO regelt die Hochschule, dass die Anrechnung außerhochschulischer erbrachter Leistungen ohne Ausnahme lediglich bis zur Hälfte der im Studiengang zu erwerbenden ECTS-Punkte möglich ist (*siehe Kapitel 3.2, Rechtsquelle: Ziffer A 1. der Ländergemeinsamen Strukturvorgaben*).
- Auflage 4: Die Hochschule weist bis zum Studienstart nach, dass Anzahl und Struktur des Lehrpersonals an den Standorten Brühl, Neuss, Köln und Aachen auch unter Berücksichtigung der Mitwirkung in anderen Studiengängen korrespondieren und den nationalen Vorgaben entsprechen (*siehe Kapitel 4.1, Rechtsquelle: Ziff. 2.7, der Regeln des Akkreditierungsrates 2.7*).
- Auflage 5: Die Hochschule legt einen Kooperationsvertrag vor, welcher den Kooperationspartnern die Beachtung der Studien- und Prüfungsordnung, der Modulbeschreibungen sowie der Praxisordnung aufgibt (*siehe Kapitel 4.2; Rechtsquelle: Ziff. 2.6 und 2.8 der Regeln des Akkreditierungsrates*).

Die Erfüllung der Auflagen ist bis zum 25. August 2017 nachzuweisen.

Das Siegel des Akkreditierungsrates wird vergeben.

## Gutachten

---

---

**Hochschule:**

Europäische Fachhochschule Rhein/Erft GmbH,  
Standorte: Brühl, Neuss, Aachen, Köln

---

**Master-Studiengänge:**

Human Resource Management  
Logistikmanagement  
Management in dynamischen Märkten  
Marketingmanagement  
Business Development Management (dual)  
Business Development Management (Vollzeit,  
Teilzeit)

---

**Abschlussgrad:**

Master of Arts (M.A.)

# Allgemeine Informationen zu den Studiengängen

---

## **Kurzbeschreibung des Studienganges Human Resource Management (M.A.) (HRM):**

Durch den Master-Studiengang Human Resource Management eignen sich die Studierenden Kenntnisse, Fertigkeiten und Verhaltensrepertoires an, die sie in den Stand versetzen, nach erfolgreichem Abschluss des Studiums unmittelbar Fach- und Leitungspositionen im Human Resource Management zu übernehmen und anwendungsorientierte sowie strategische Aufgaben zu bewältigen.

## **Kurzbeschreibung des Studienganges Logistikmanagement (M.A.) (LMM):**

Der Studiengang vermittelt den Absolventen logistikspezifisches und wirtschaftswissenschaftliches Wissen und Kompetenzen und qualifiziert sie für Tätigkeiten als Fach- und Führungskräfte in der Beschaffung, Produktion, Distribution und Entsorgung z. B. bei Industrie- und Handelsunternehmen aber auch für spezifische Logistikunternehmen wie für Speditionen, Logistikdienstleister, Beratungsgesellschaften oder auch Krankenhäuser.

## **Kurzbeschreibung des Studienganges Management in dynamischen Märkten (M.A.) (MDM):**

Der Studiengang bringt vernetzt denkende Generalisten hervor, die in der Lage sind ihre Verantwortungsbereiche vor dem Hintergrund der Dynamik in und im Umfeld von Organisationen zu gestalten. Dazu vermittelt der Studiengang den Studierenden verbreiterte und vertiefte ökonomische Kenntnisse. Durch das Studium, welches sowohl theoretische als auch praxisorientierte Lösungsansätze vermittelt, werden die Absolventen in besonderer Weise in die Lage versetzt, ihre allgemeine Führungskompetenz zur Weiterentwicklung des Unternehmens einzusetzen. .

## **Kurzbeschreibung des Studienganges Marketingmanagement (M.A.) (MMM):**

Der Studiengang vermittelt den Studierenden relevante Marketingtheorien und qualifiziert seine Absolventen für Tätigkeiten als Fach- und Führungskräfte der Marketing- und Vertriebsabteilungen der mittelständischen Wirtschaft oder von Großunternehmen. Die erworbenen Kompetenzen erlauben es den Absolventen, leitende Tätigkeiten in der marktorientierten Führung von Unternehmen auszuüben.

## **Kurzbeschreibung des Studienganges Business Development Management (dual) (M.A.) (BUDMdual):**

Der duale Master-Studiengang Business Development Management vermittelt anwendungsorientierte Kompetenzen aus dem Bereich der Wirtschaftswissenschaften zur zielgerichteten Gestaltung von Vertriebs- und Leistungserstellungsprozessen in Unternehmen. Den Studierenden wird Wissen in den Kompetenzbereichen Innovations- und Vertriebsmanagement, Kunden- und Qualitätsmanagement, dem Management von Geschäftsfeldern vermittelt.

## **Kurzbeschreibung des Studienganges Business Development Management (Vollzeit/Teilzeit) (M.A.) (BUDMvztz):**

Der Studiengang Business Development Management, der in Vollzeit und in Teilzeit studiert werden kann, vermittelt anwendungsorientierte Kompetenzen aus dem Bereich der Wirtschaftswissenschaften zur zielgerichteten Gestaltung von Vertriebs- und Leistungserstellungsprozessen in Unternehmen. Den Studierenden wird Wissen in den Kompetenzbereichen Innovations- und Vertriebsmanagement, Kunden- und Qualitätsmanagement, dem Management von Geschäftsfeldern vermittelt.

---

## **Zuordnung der Studiengänge:**

konsekutiv

---

## **Profiltyp:**

keinem Profil zugeordnet

---

**Regelstudienzeit und Umfang der ECTS-Punkte der Studiengänge:**

Vollzeit	4 Semester – 120 ECTS-Punkte
Teilzeit	6 Semester – 120 ECTS-Punkte
Dual	4 Semester – 120 ECTS-Punkte

---

**Studienform:**

Human Resource Management:	Vollzeit/Teilzeit
Logistikmanagement:	Vollzeit/Teilzeit
Management in dynamischen Märkten:	Vollzeit/Teilzeit
Marketingmanagement:	Vollzeit/Teilzeit
Business Development Management:	Vollzeit/Teilzeit
Business Development Management:	dual

---

**Double/Joint Degree vorgesehen:**

nein

---

**Aufnahmekapazität und Zügigkeit:**

Jeweils 30 Studierende - einzügig

---

**Start zum:**

Human Resource Management (Vollzeit/Teilzeit)	Januar
Logistikmanagement (Vollzeit/Teilzeit)	Januar
Management in dynamischen Märkten (Vollzeit/Teilzeit)	Wintersemester
Marketingmanagement (Vollzeit/Teilzeit)	Januar
Business Development Management (Vollzeit/Teilzeit)	Januar
Business Development Management (dual)	Januar

---

**Erstmaliger Start der Studiengänge:**

Human Resource Management (Vollzeit/Teilzeit)	Januar 2013
Logistikmanagement (Vollzeit/Teilzeit)	Januar 2013
Management in dynamischen Märkten (Vollzeit/Teilzeit)	Wintersemester 2011/12
Marketingmanagement (Vollzeit/Teilzeit)	April 2011
Business Development Management (Vollzeit/Teilzeit)	Januar 2016
Business Development Management (dual)	Januar 2016

---

**Akkreditierungsart:**

Human Resource Management (Vollzeit/Teilzeit)	Re-Akkreditierung
Logistikmanagement (Vollzeit/Teilzeit)	Re-Akkreditierung
Management in dynamischen Märkten (Vollzeit/Teilzeit)	Re-Akkreditierung
Marketingmanagement (Vollzeit/Teilzeit)	Re-Akkreditierung
Business Development Management (Vollzeit/Teilzeit)	Konzeptakkreditierung
Business Development Management (dual)	Konzeptakkreditierung

---

**letzter Akkreditierungszeitraum**

Human Resource Management (Vollzeit/Teilzeit)	WS 2010/11 – Ende SS 2015
Logistikmanagement (Vollzeit/Teilzeit)	WS 2010/11 – Ende SS 2015
Management in dynamischen Märkten (Vollzeit/Teilzeit)	WS 2010/11 – Ende SS 2015
Marketingmanagement (Vollzeit/Teilzeit)	WS 2010/11 – Ende SS 2015

# Ablauf des Akkreditierungsverfahrens<sup>1</sup>

Am 23. Februar 2015 und am 19. Mai 2015 wurde zwischen der FIBAA und der Europäischen Fachhochschule Rhein/Erft GmbH ein Vertrag über die Re-Akkreditierung der Studiengänge Human Resource Management (M.A.), Logistikmanagement (M.A.), Management in dynamischen Märkten (M.A.), Marketingmanagement (M.A.) sowie über die Konzept-Akkreditierung der Studiengänge Business Development Management (dual) (M.A.) und Business Development Management (Vollzeit/Teilzeit) (M.A.) geschlossen. Maßgeblich für dieses Akkreditierungsverfahren sind somit die Regeln des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung i.d.F. vom 20. Februar 2013 und die Ländergemeinsamen Strukturvorgaben für die Akkreditierung von Bachelor- und Master-Studiengängen i.d.F. vom 4. Februar 2010. Am 29. April 2015 übermittelte die Hochschule einen begründeten Antrag, der eine Darstellung der Studiengänge umfasst und das Einhalten der Kriterien für die Akkreditierung von Studiengängen dokumentiert.

Parallel dazu bestellte die FIBAA ein Gutachterteam nach den Vorgaben des Akkreditierungsrates. Sie stellte zur Zusammensetzung des Gutachterteams das Benehmen mit der Hochschule her; Einwände wurden nicht geäußert. Dem Gutachterteam gehörten an:

**Prof. Dr. Reinhard Hünerberg**

Universität Kassel  
em. Professor für Marketing

**Prof. Manfred Träger**

Duale Hochschule Baden-Württemberg Heidenheim  
Professor für Personalwirtschaftslehre, Rektor

**Prof. Dr. Christiana Nicolai**

Frankfurt University of Applied Sciences  
Professorin für Personalmanagement und Organisation

**Prof. Dr. Uwe Koch**

Fachhochschule Lübeck  
Professor für Verkehr und Logistik

**Martin Luckmann**

Selbstständiger Unternehmensberater

**Elena Rubel**

Technische Universität Dortmund  
Studierende im Studiengang Logistik (M. Sc.)

FIBAA-Projektmanager:  
Dr. Peter Hesse

Die Begutachtung beruht auf der Antragsbegründung, ergänzt um weitere, vom Gutachterteam erbetene Unterlagen, und einer Begutachtung vor Ort. Die Begutachtung vor Ort wurde am 11. und 12. Juni 2015 in den Räumen der Hochschule in Brühl durchgeführt. Zum Abschluss des Besuchs gaben die Gutachter gegenüber Vertretern der Hochschule ein kurzes Feedback zu ihren ersten Eindrücken.

---

<sup>1</sup> Lediglich zur Vereinfachung der Lesbarkeit des Gutachtens erfolgt im Folgenden keine geschlechtsbezogene Differenzierung.

Das auf dieser Grundlage erstellte Gutachten wurde der Hochschule am 11. August 2015 zur Stellungnahme zugesandt. Die Hochschule übermittelte ihre Stellungnahme zum Gutachten am 19. August 2015; die Stellungnahme ist im vorliegenden Gutachten bereits berücksichtigt.

# Zusammenfassung

Die Master-Studiengänge Human Resource Management (M.A.), Logistikmanagement (M.A.), Management in dynamischen Märkten (M.A.), Marketingmanagement (M.A.), Business Development Management (Vollzeit/Teilzeit) (M.A.) und Business Development Management (dual) (M.A.) der Europäischen Fachhochschule Rhein/Erft sind konsekutive Master-Studiengänge. Sie entsprechen mit wenigen Ausnahmen den Strukturvorgaben der Kultusministerkonferenz (KMK), den Anforderungen des Akkreditierungsrates sowie den Anforderungen des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse in der zum Zeitpunkt der Verfahrenseröffnung geltenden Fassung. Sie sind modular gegliedert, mit ECTS-Punkten versehen und schließen mit dem akademischen Grad „Master of Arts“ ab. Der Grad wird von der Hochschule verliehen.

Die Studiengänge Human Resource Management (M.A.), Logistikmanagement (M.A.), Management in dynamischen Märkten (M.A.) und Marketingmanagement (M.A.) erfüllen somit mit wenigen Ausnahmen die Qualitätsanforderungen für Master-Studiengänge und können von der Foundation for International Business Administration Accreditation (FIBAA) im Auftrag der Stiftung zur Akkreditierung von Studiengängen in Deutschland für einen Zeitraum von sieben Jahren vom 02. Oktober 2015 bis zum Ende des Wintersemesters 2022/23 unter Auflagen akkreditiert werden.

Die Studiengänge Business Development Management (Vollzeit/Teilzeit) (M.A.) und Business Development Management (dual) (M.A.) erfüllen somit mit wenigen Ausnahmen die Qualitätsanforderungen für Master-Studiengänge und können von der Foundation for International Business Administration Accreditation (FIBAA) im Auftrag der Stiftung zur Akkreditierung von Studiengängen in Deutschland für einen Zeitraum von fünf Jahren vom 02. Oktober 2015 bis zum Ende des Wintersemesters 2020/21 unter Auflagen akkreditiert werden.

Handlungsbedarf sehen die Gutachter hinsichtlich der der Modularisierung, der Prüfungsordnung, des Lehrpersonals und der Kooperation mit den Praxispartnern. Die Gutachter sind der Ansicht, dass die aufgezeigten Mängel innerhalb von neun Monaten behebbar sind, weshalb sie eine Akkreditierung unter folgenden Auflagen empfehlen (vgl. Ziff. 3.1.2 der Regeln des Akkreditierungsrates):

## Human Resource Management (M.A.), Logistikmanagement (M.A.), Marketingmanagement (M.A.):

- Auflage 1: Die Hochschule legt hinsichtlich der Module HRM-RES\_01, LMM\_MARK\_01 und MM\_RES\_02 in den Modulbeschreibungen die Art der Prüfungen, die zu absolvieren sind, abschließend fest oder sorgt für eine verbindliche Regelung in der SPO, so dass für die Studierenden spätestens zu Beginn der Veranstaltungen in den genannten Modulen transparent ist, mit welcher Prüfung sie abschließen (*siehe Kapitel 3.2, Rechtsquelle: Ziff. 1.1, 2 e) der der Rahmenvorgaben für die Einführung von Leistungspunktsystemen*).
- Auflage 2: In der SPO regelt die Hochschule, dass die Anrechnung außerhochschulisch erbrachter Leistungen ohne Ausnahme lediglich bis zur Hälfte der im Studiengang zu erwerbenden ECTS-Punkte möglich ist (*siehe Kapitel 3.2, Rechtsquelle: Ziffer A 1. der Ländergemeinsamen Strukturvorgaben*).
- Auflage 3: Die Hochschule weist bis zum nächsten Studienstart nach, dass Anzahl und Struktur des Lehrpersonals an den Standorten Brühl, Neuss und Aachen auch unter Berücksichtigung der Mitwirkung in anderen Studiengängen korrespondieren und den nationalen Vorgaben entsprechen (*siehe Kapitel 4.1, Rechtsquelle: Ziff. 2.7 der Regeln des Akkreditierungsrates*).

## Management in dynamischen Märkten (M.A.):

- Auflage 1: In der SPO regelt die Hochschule, dass die Anrechnung außerhochschulisch erbrachter Leistungen ohne Ausnahme lediglich bis zur Hälfte der im Studien-

gang zu erwerbenden ECTS-Punkte möglich ist (siehe Kapitel 3.2, Rechtsquelle: Ziffer A 1. der Ländergemeinsamen Strukturvorgaben).

- Auflage 2: Die Hochschule weist bis zum nächsten Studienstart nach, dass Anzahl und Struktur des Lehrpersonals an den Standorten Brühl, Neuss und Aachen auch unter Berücksichtigung der Mitwirkung in anderen Studiengängen korrespondieren und den nationalen Vorgaben entsprechen (siehe Kapitel 4.1, Rechtsquelle: Ziff. 2.7 der Regeln des Akkreditierungsrates).

#### Business Development Management (Vollzeit/Teilzeit) (M.A.):

- Auflage 1: Die Hochschule legt hinsichtlich des Moduls BDM\_MAN\_02 in der Modulbeschreibung die Art der Prüfungen, die zu absolvieren sind, abschließend fest oder sorgt für eine verbindliche Regelung in der SPO, so dass für die Studierenden spätestens zu Beginn der Veranstaltungen in dem genannten Modul transparent ist, mit welcher Prüfung es abschließt (siehe Kapitel 3.2, Rechtsquelle: Ziff. 1.1, 2 e) der der Rahmenvorgaben für die Einführung von Leistungspunktsystemen).
- Auflage 2: In der SPO regelt die Hochschule, dass die Anrechnung außerhochschulisch erbrachter Leistungen ohne Ausnahme lediglich bis zur Hälfte der im Studiengang zu erwerbenden ECTS-Punkte möglich ist (siehe Kapitel 3.2, Rechtsquelle: Ziffer A 1. der Ländergemeinsamen Strukturvorgaben).
- Auflage 3: Die Hochschule weist bis zum Studienstart nach, dass Anzahl und Struktur des Lehrpersonals an den Standorten Brühl, Neuss, Köln und Aachen auch unter Berücksichtigung der Mitwirkung in anderen Studiengängen korrespondieren und den nationalen Vorgaben entsprechen (siehe Kapitel 4.1, Rechtsquelle: Ziff. 2.7 der Regeln des Akkreditierungsrates).

#### Business Development Management (dual) (M.A.):

- Auflage 1: Die Hochschule verankert die Bedingung, dass die Studierenden spätestens nach 16 Wochen im ersten Semester einen Vertrag mit einem Unternehmen vorlegen müssen, in der Zulassungsordnung und informiert die Studierenden darüber in Informationsmaterialien und auf der Website (siehe Kapitel 2: Rechtsregel: Ziff. 2.8 der Regeln des Akkreditierungsrates, Ziff. 6 der Handreichung der AG „Studiengänge mit besonderem Profilsanspruch“).
- Auflage 2: Die Hochschule legt hinsichtlich des Moduls BDM\_MAN\_02 in der Modulbeschreibung die Art der Prüfungen, die zu absolvieren sind, abschließend fest oder sorgt für eine verbindliche Regelung in der SPO, so dass für die Studierenden spätestens zu Beginn der Veranstaltungen in dem genannten Modul transparent ist, mit welcher Prüfung es abschließt (siehe Kapitel 3.2, Rechtsquelle: Ziff. 1.1, 2 e) der der Rahmenvorgaben für die Einführung von Leistungspunktsystemen).
- Auflage 3: In der SPO regelt die Hochschule, dass die Anrechnung außerhochschulisch erbrachter Leistungen ohne Ausnahme lediglich bis zur Hälfte der im Studiengang zu erwerbenden ECTS-Punkte möglich ist (siehe Kapitel 3.2, Rechtsquelle: Ziffer A 1. der Ländergemeinsamen Strukturvorgaben).
- Auflage 4: Die Hochschule weist bis zum Studienstart nach, dass Anzahl und Struktur des Lehrpersonals an den Standorten Brühl, Neuss, Köln und Aachen auch unter Berücksichtigung der Mitwirkung in anderen Studiengängen korrespondieren und den nationalen Vorgaben entsprechen (siehe Kapitel 4.1, Rechtsquelle: Ziff. 2.7, der Regeln des Akkreditierungsrates 2.7).
- Auflage 5: Die Hochschule legt einen Kooperationsvertrag vor, welcher den Kooperationspartnern die Beachtung der Studien- und Prüfungsordnung, der Modulbeschreibungen sowie der Praxisordnung aufgibt (siehe Kapitel 4.2; Rechtsquelle: Ziff. 2.6 und 2.8 der Regeln des Akkreditierungsrates).

Die Erfüllung der Auflagen 1 und 2 in den Studiengängen Human Resource Management (M.A.), Logistikmanagement (M.A.), Marketingmanagement (M.A.) und Business Development Management (Vollzeit/Teilzeit) (M.A.), die Erfüllung der Auflage 1 im Studiengang Ma-

nagement in dynamischen Märkten (M.A.) und die Erfüllung der Auflagen 1, 2, 3 und 5 im Studiengang Business Development Management (dual) (M.A.) ist bis zum 2. Juli 2016 nachzuweisen. Die Erfüllung der Auflage 3 in den Studiengängen Human Resource Management (M.A.), Logistikmanagement (M.A.), Marketingmanagement (M.A.), Business Development Management (Vollzeit/Teilzeit) (M.A.), der Auflage 2 im Studiengang Management in dynamischen Märkten (M.A.) und der Auflage 4 im Studiengang Business Development Management (dual) ist bis zum 31. Dezember 2015 nachzuweisen. Die Verkürzung der gemäß Ziff. 3.1.2 der Regeln des Akkreditierungsrates regelmäßig neunmonatigen Auflagenfrist wird damit begründet, dass die umzusetzende Auflage bis zum Studienstart am 01. Januar 2016 nachgewiesen sein soll, um im Sinne der Studierenden die formalen Mängel zu diesem Zeitpunkt behoben zu haben.

Zur Gesamtbewertung siehe das Qualitätsprofil am Ende des Gutachtens.

# Informationen

## Informationen zur Institution

Die Europäische Fachhochschule Rhein/Erft (EUFH) ist eine überwiegend wirtschaftsorientierte private Fachhochschule, die im Jahr 2001 gegründet wurde. Das wirtschaftswissenschaftliche Studienangebot erstreckt sich auf die Standorte Brühl, Aachen, Köln und Neuss. Gesundheitswissenschaftliche Studiengänge werden an den Standorten Brühl und Rostock angeboten. Das Profil der Hochschule prägt insbesondere das Angebot dualer und berufsbegleitender Studiengänge.

Die Hochschule gliedert sich in die folgenden Fachbereiche: Handelsmanagement und Finanz- und Anlagemanagement, Industriemanagement, Logistikmanagement, Wirtschaftsinformatik und Wirtschaftsingenieur, Angewandte Gesundheitswissenschaften (EUFHmed), welche die folgenden Studiengänge anbieten:

Duale Studiengänge (ausbildungs- bzw. praxisintegrierend):

- b) Bachelor: Ergotherapie (B.Sc.), Finanz- und Anlagemanagement (B.A.), Handelsmanagement (B.A.), Industriemanagement (B.A.), Logistikmanagement (B.A.), Logopädie (B.Sc.), Physiotherapie (B.Sc.), Vertriebsingenieur (B.Sc., auslaufend), Wirtschaftsinformatik (B.Sc.), Wirtschaftsingenieur (B.Sc.), General Management 2+3 (B.A.).
- c) Master: Business Development Management (M.A., ab Januar 2016).

Berufsbegleitende Studiengänge:

- d) Bachelor: Logopädie (B.Sc.), Ergotherapie (B.Sc.), Physiotherapie (B.Sc.), General Management, berufsbegleitend (B.A.).
- e) Master: Human Resource Management (M.A.), Marketingmanagement (M.A.), Logistikmanagement (M.A.), Management in dynamischen Märkten (M.A.), Business Development Management (M.A.), IT Audit & Assurance (M.Sc.), Wirtschaftsinformatik (M.Sc.), Logopädie (M.Sc.), Ergotherapie (M.Sc.), Physiotherapie (M.Sc.).

Die Zahl der Studierenden der EUFH liegt aktuell (Januar 2015) bei rund 1.900. Die Studierenden der gesundheitswissenschaftlichen Studiengänge stammen überwiegend aus der Region Rostock, die Studierenden der wirtschaftswissenschaftlichen Studiengänge kommen überwiegend aus dem Rheinland.

## Weiterentwicklung der Studiengänge und Umsetzung von Empfehlungen bei bereits erfolgter Akkreditierung

Die Studiengänge Human Resource Management, Logistikmanagement, Management in dynamischen Märkten und Marketingmanagement wurden zuletzt durch die FIBAA für den Zeitraum vom Wintersemester 2010/11 bis zum Sommersemester 2015 akkreditiert. Hochschulstatistische Daten unter anderem zur Anzahl der Bewerber, Bewerberquote und Anzahl der Studienanfänger aufgeschlüsselt nach Jahrgangskohorte und Geschlecht finden sich in den folgenden Tabellen.

Der Studiengang Human Resource Management, startete an der Hochschule 2013. Die Zahl der Studienanfänger bewegte sich seit 2013 zwischen 9 und 17 Studienanfängern je Jahrgang; derzeit (Stand April 2015) sind 33 Studierende in diesem Studiengang eingeschrieben. Bislang sind keine Absolventen zu verzeichnen. Die entsprechenden hochschulstatistischen Daten können der nachfolgenden Tabelle entnommen werden:

Aspekt	Jahrgang									
	2011		2012		2013*		2014*		2015*	
	Gesamt	davon w	Gesamt	davon w	Gesamt	davon w	Gesamt	davon w	Gesamt	davon w
Anzahl Studienplätze					30		30		30	
Anzahl Bewerber					20		13		17	
Bewerberquote (Bewerber je Studienplatz)					0,7		0,4		0,6	
Anzahl Studienanfänger					17	13	9	7	11	8
Anzahl Studierende HRM gesamt					17	13	25 <sup>†</sup>	19 <sup>†</sup>	36	27
davon: Anzahl ausl. Stud.					1	0	0	0	1	1
entspricht Anteil in %					5,9		0		2,8	
Anzahl Absolventen, Regelstudienzeit + I Semester					-	-	-	-	-	-
durchschnittliche Studiendauer (Semester)					-	-	-	-	-	-
Abbrecherquote, Regelstudienzeit + I Semester					-	-	-	-	-	-
Erfolgsquote, Regelstudienzeit + I Semester					-	-	-	-	-	-
durchschnittliche Abschlussnote (Prozentpunkte)					-	-	-	-	-	-

\*Studienstart jeweils im Januar des genannten Jahres | \*\*Studienstart jeweils im Oktober des genannten Jahres | <sup>†</sup> Differenz erklärt sich durch Studienabbrecher

Der Studiengang Logistikmanagement wurde in 2013 eingeführt; die Zahl der Studienanfänger betrug seither rund 15 Studienanfänger je Jahrgang; derzeit (Stand April 2015) sind 26 Studierende in diesem Studiengang eingeschrieben. Bislang sind keine Absolventen zu verzeichnen. Die entsprechenden hochschulstatistischen Daten können der nachfolgenden Tabelle entnommen werden:

Aspekt	Jahrgang									
	2011		2012		2013*		2014*		2015***	
	Gesamt	davon w	Gesamt	davon w	Gesamt	davon w	Gesamt	davon w	Gesamt	davon w
Studienplätze					30		30		-	
Anzahl Bewerber					17		14		-	
Bewerberquote (Bewerber je Studienplatz)					0,6		0,5		-	
Anzahl Studienanfänger					15	5	14	4	-	-
Anzahl Studierende LMM gesamt					12	4	26	8	-	-
davon: Anzahl ausl. Stud.					1	1	0	0	-	-
entspricht Anteil in %					8,3		0		-	
Anzahl Absolventen, Regelstudienzeit + I					-	-	-	-	-	-

<b>Semester</b>										
<b>durchschnittliche Studiendauer (Semester)</b>					-	-	-	-	-	-
<b>Abbrecherquote, Regelstudienzeit + I Semester</b>					-	-	-	-	-	-
<b>Erfolgsquote, Regelstudienzeit + I Semester</b>					-	-	-	-	-	-
<b>durchschnittliche Abschlussnote (Prozentpunkte)</b>					-	-	-	-	-	-

\*Studienstart jeweils im Januar des genannten Jahres | \*\*Studienstart jeweils im Oktober des genannten Jahres | \*\*\*nicht gestartet

Der Studiengang Management in dynamischen Märkten startete im Oktober 2011; die Zahl der Studienanfänger bewegte sich seither zwischen 17 und 22 Studienanfängern je Jahrgang; derzeit (Stand April 2015) sind 36 Studierende in diesem Studiengang eingeschrieben. Der erste Studierendenjahrgang hat das Studium abgeschlossen. Die entsprechenden hochschulstatistischen Daten können der nachfolgenden Tabelle entnommen werden:

Aspekt	Jahrgang									
	2011		2012***		2013**		2014**		2015**	
	Gesamt	davon w	Gesamt	davon w	Gesamt	davon w	Gesamt	davon w	Gesamt	davon w
<b>Anzahl Studienplätze</b>	30				30		30		-	
<b>Anzahl Bewerber</b>	17				34		18		-	
<b>Bewerberquote (Bewerber je Studienplatz)</b>	0,6				1,1		0,6		-	
<b>Anzahl Studienanfänger</b>	17	10	0	0	22	13	17	5	-	-
<b>Anzahl Studierende MDM gesamt</b>	17	10	17	10	21	12	36 <sup>†</sup>	17	-	-
<b>davon: Anzahl ausl. Stud.</b>	0	0			0	0	1	1	-	-
<b>entspricht Anteil in %</b>	0				0		2,7		-	
<b>Anzahl Absolventen, Regelstudienzeit + I Semester</b>	17	10			-	-	-	-	-	-
<b>durchschnittliche Studiendauer (Semester)</b>	5,53	5,5			-	-	-	-	-	-
<b>Abbrecherquote, Regelstudienzeit + I Semester</b>	0	0			-	-	-	-	-	-
<b>Erfolgsquote, Regelstudienzeit + I Semester</b>	1	1			-	-	-	-	-	-
<b>durchschnittliche Abschlussnote (Prozentpunkte)</b>	82	84			-	-	-	-	-	-

\*Studienstart jeweils im Januar des genannten Jahres | \*\*Studienstart jeweils im Oktober des genannten Jahres | nicht gestartet | † Differenz erklärt sich durch Studienabbrecher

Der Studiengang Marketingmanagement startete im April 2011; die Zahl der Studienanfänger bewegte sich seither zwischen 7 und 20 Studienanfängern je Jahrgang; derzeit (Stand April 2015) sind 51 Studierende in diesem Studiengang eingeschrieben. Der erste Studierendenjahrgang hat das Studium abgeschlossen. Die entsprechenden hochschulstatistischen Daten können der nachfolgenden Tabelle entnommen werden:

Aspekt	Jahrgang									
	2011		2012***		2013*		2014*		2015*	
	Gesamt	davon w	Gesamt	davon w	Gesamt	davon w	Gesamt	davon w	Gesamt	davon w
Anzahl Studienplätze/Jahr	30				30		30		30	
Anzahl Bewerber	7				22		24		31	
Bewerberquote (Bewerber je Studienplatz)	0,2				0,7		0,8		1,0	
Anzahl Studienanfänger	7	4	0	0	15	9	18	12	20	13
Anzahl Studierende MM gesamt	7	4	7	4	14	4	31 <sup>†</sup>	15 <sup>†</sup>	51	28
davon: Anzahl ausl. Stud.	1	0			0	0	1	1	1	1
entspricht Anteil in %	14,28				0		3,2		1,9	
Anzahl Absolventen, Regelstudienzeit + I Semester	6	4			-	-	-	-	-	-
durchschnittliche Studiendauer (Semester)	5,83	6			-	-	-	-	-	-
Abbrecherquote, Regelstudienzeit + I Semester	0,14	0			-	-	-	-	-	-
Erfolgsquote, Regelstudienzeit + I Semester	0,86	1			-	-	-	-	-	-
durchschnittliche Abschlussnote (Prozentpunkte)	87	87			-	-	-	-	-	-

\*Studienstart jeweils im Januar des genannten Jahres | \*\*Studienstart jeweils im Oktober des genannten Jahres | nicht gestartet | <sup>†</sup> Differenz erklärt sich durch Studienabbrecher

Im Rahmen der Akkreditierung 2010 erteilten die Gutachter für die Studiengänge Human Resource Management, Logistikmanagement, Management in dynamischen Märkten und Marketingmanagement folgende Auflagen:

1. Die Kriterien zur Einordnung von Nachweisen der Fremdsprachenkenntnisse in den Europäischen Referenzrahmen sind an geeigneter Stelle in einer Hochschulordnung zu regeln.
2. Die hinreichende Transparenz der Zulassungsentscheidung ist an geeigneter Stelle in einer Hochschulordnung zu regeln.
3. Die unterschiedliche Workload pro Credit und die damit verbundenen Voraussetzungen sind für die Voll- und Teilzeitvariante des Studienganges an geeigneter Stelle in der Studien- und Prüfungsordnung zu regeln.
4. Die Hochschule hat durch entsprechende verbindliche Regelungen sicherzustellen, dass ein „gemischter“ Besuch von Veranstaltungen mit unterschiedlicher Workload unterbleibt.
5. Eine Auswahl an begleitenden Lehr- und Lernmaterialien des ersten Semesters ist vor Aufnahme des Studienganges nachzureichen.

Eine weitere Auflage wurde für die Studiengänge Human Resource Management und Marketingmanagement erteilt:

6. Die Modulbeschreibungen sind unter Berücksichtigung der Dokumentation eines durchgängigen Master-Niveaus zu überarbeiten.

Die Hochschule hat die Auflagen fristgerecht erfüllt.

Auf die Empfehlungen der Gutachter hat die Hochschule wie folgt reagiert:

Empfehlungen der Gutachter	Maßnahmen der Hochschule
<p><u>1. Management in dynamischen Märkten:</u> Die Gutachter empfehlen jedoch dringend, über eine andere Bezeichnung insofern nachzudenken, da die Formulierung „dynamische Märkte“ für eine Abgrenzung oder Unterscheidung von anderen betriebs-wirtschaftlichen Studiengängen nur begrenzt geeignet und darüber hinaus erklärungsbedürftig ist.</p>	<p>Die Hochschule erklärt, dass sich hinsichtlich des Studienganges <u>Management in dynamischen Märkten</u> auf Basis der Erfahrungen in den ersten Jahrgängen keine Schwierigkeiten hinsichtlich der Erklärungsbedürftigkeit ergeben haben. Das Attribut dynamisch charakterisiert das Profil des Studienganges.</p>
<p><u>2. Human Resource Management, Logistikmanagement, Management in dynamischen Märkten und Marketingmanagement:</u> Die Gutachter empfehlen, die Zielgruppe von Absolventen anderer Hochschulen stärker in den Blick zu nehmen, da die Erfahrung zeigt, dass die Quote der Studierenden, welche nach dem Bachelor-Abschluss ein Master-Studium an der gleichen Hochschule aufnehmen, selten 25% übersteigt.</p>	<p>In den aktuellen Jahrgängen studieren nicht nur EUFH-Absolventen. Zudem hat die Hochschule bei der Überarbeitung der Studiengänge die jeweiligen Zielgruppen breiter gefasst und schließt ausdrücklich auch die Absolventen anderer Hochschulen ein.</p>
<p><u>3. Human Resource Management, Logistikmanagement, Management in dynamischen Märkten und Marketingmanagement:</u> Die Gutachter empfehlen gleichwohl, bei der Weiterentwicklung des Studienganges auf die internationale Dimension des Studienganges größeren Wert zu legen. Dies gilt auch für die Bedeutung von Fremdsprachen im Studiengang, die angesichts des rein optionalen Fremdsprachenangebotes und der nationalen Ausrichtung des Studienganges keine Relevanz haben. Aufgrund der Fachrichtung des Studienganges sowie der erwähnten Ausbildung für Positionen in in- und ausländischen Unternehmen empfehlen die Gutachter jedoch dringend, hierauf größeren Wert zu legen.</p>	<p>In <u>sämtlichen Studiengängen</u> ist englischsprachige Literatur zu lesen.</p> <p>Im Studiengang <u>Human Resource Management</u> hat die Hochschule bei der Weiterentwicklung des Studienganges die internationalen Aspekte stärker disziplinär fokussiert: das Personalmanagement greift die Komplexität der Arbeit in verschiedenen Ländern mit verschiedenen Nationalitäten auf. Zudem berührt eine Vielzahl von Lehrveranstaltungen auch internationale Aspekte (bspw. Ausgewählte Aspekte des Arbeitsrechts, Arbeits- und Sozialpolitik, Corporate Governance etc.).</p> <p>Im Studiengang <u>Logistikmanagement</u> sind internationale Aspekte explizit Teil der Module Recht, Europäische und Globale Logistikräume. In den meisten anderen Modulen werden internationale Themen der Logistik bzgl. Beschaffungs-, Produktions-, Lager- und Distributionslogistik berücksichtigt.</p> <p>Im Studiengang <u>Management in dynamischen Märkten</u> finden sich internationale Themen in den Modulen Dynamisches Marketing, Profitabilitätsmanagement, Beziehungsmanagement, Management der Unternehmensumwelt, Prozessmanagement und Wandel gestalten. Im Transferprojekt Europäisches Management werden reale Unternehmensherausforderungen mit europäischer Dimension thematisiert.</p> <p>Der Studiengang <u>Marketingmanagement</u> hat bewusst</p>

	<p>keine betont internationale Ausrichtung. Gleichwohl wird selbstverständlich auf internationale Fallbeispiele zurückgegriffen und der Aspekt der internationalen Wirtschaft in einem eigenen Modul behandelt.</p> <p>Bezüglich der Bedeutung der Fremdsprachen ist der Nachweis einer angemessenen Fremdsprachenkenntnis Teil der Zulassungsbedingungen. Angedacht ist zudem, einzelne Module in englischer Sprache anzubieten, nicht zuletzt um ausländischen Studierenden das Studium an der EUFH zu erleichtern. Vollständig englischsprachige Studiengänge werden hingegen ihrem Profil entsprechend von der Schwesterhochschule CBS in Köln angeboten.</p>
<p><u>4. Human Resource Management, Logistikmanagement, Management in dynamischen Märkten und Marketingmanagement</u> : Die Gutachter empfehlen, die Eingangsqualifikationen des Studierenden über den erfolgreichen Abschluss eines wirtschaftswissenschaftlichen Hochschulstudiums hinaus zu definieren, um die sich daraus möglicherweise ergebene Heterogenität der Studierendengruppen handhabbar zu machen. Eine Homogenisierung könnte dabei zudem durch ein entsprechendes Angebot von Propädeutika sichergestellt werden.</p>	<p>Für die Zulassung zu den Studiengängen wird ein wirtschaftswissenschaftliches Erststudium vorausgesetzt; durch die vertiefte Behandlung einschlägiger Theorien in den ersten Semestern der Master-Studiengänge wird eine Homogenisierung der Wissensbestände der Studierenden erreicht.</p> <p>Studierende, die in Teilbereichen der Wirtschaftswissenschaften vereinzelte Lücken aufweisen, erhalten Literaturempfehlungen zum Selbststudium, um diese Lücken zu schließen. Dabei werden sie durch Coaching-Angebote unterstützt.</p> <p>Für Studierende mit zunächst unzureichenden wirtschaftswissenschaftlichen Kenntnissen soll zukünftig ein Studieneinstieg nach Absolvieren entsprechender Propädeutika ermöglicht werden.</p>
<p><u>5. Human Resource Management, Logistikmanagement, Management in dynamischen Märkten und Marketingmanagement</u>: Sie empfehlen, das Vorgehen bei ablehnenden Entscheidungen – wie im Falle der Zulassungsentscheidung auch – in der Zulassungsordnung zu regeln.</p>	<p>Das Vorgehen im Ablehnungsfall ist nun in der Master-Zulassungsordnung, §4 (1) geregelt.</p>
<p><u>6. Human Resource Management, Logistikmanagement, Management in dynamischen Märkten und Marketingmanagement</u>: Die Gutachter sind der Ansicht, dass die gleichmäßige Aufteilung in Präsenz- und Selbstlernphasen in dieser Erst-Akkreditierung den Besonderheiten der einzelnen Module und der Studiengangsvariante nicht vollends gerecht wird. Sie empfehlen daher, den Anteil der Selbstlern- und Präsenzphasen modul- und studiengangsbezogen auszugestalten und entsprechend zu adjustieren. Der Umsetzung dieser Empfehlung wäre in ei-</p>	<p>Im Rahmen der durch die zentrale Studienplanung vorgegebenen Möglichkeiten wird die Verteilung der Workload je Modul in Abhängigkeit von den Inhalten variiert und aufgrund der Evaluationen angepasst. Die weitgehend gleichmäßige Aufteilung der Präsenz- und Selbstlernphasen in den einzelnen Lehrveranstaltungen ist dabei insofern unkritisch, als die Inhalte jeweils an die gegebenen Präsenz- und Selbstlernzeiten angepasst sind.</p>

<p>ner allfälligen Re-Akkreditierung besondere Aufmerksamkeit zu widmen.</p>	
<p><u>7. Human Resource Management, Logistikmanagement, Management in dynamischen Märkten und Marketingmanagement:</u> Die Gutachter empfehlen in die Regelung zur Verlängerung der Bearbeitungszeit der Master-Thesis auch den selbst beschriebenen Fall aufzunehmen, dass die Studierenden die Bearbeitung der Master-Thesis nicht im Unternehmen durchführen können.</p>	<p>Die Bearbeitung der Master-Thesis erfolgt bei den Studiengängen Human Resource Management, Logistikmanagement und Marketingmanagement im Anschluss an das anwendungsorientierte Forschungsprojekt. Die Auswahl des Themas ergibt sich idealerweise aus dem Forschungsprojekt (Studiengang Management in dynamischen Märkten: aus den Forschungsmodulen) und setzt die Verbindung zu einem Unternehmen nicht voraus. Die mögliche Verlängerung der Bearbeitungszeit ist in der SPO § 26 geregelt.</p>
<p><u>8. Marketingmanagement:</u> Die Gutachter regen jedoch an, über eine Ergänzung des Curriculums um internationale Distributionspolitik, Preispolitik und Kommunikationspolitik sowie Medienmanagement nachzudenken, da dies die Qualifikations- und Kompetenzentwicklung der Studierenden fördern würde.</p>	<p>Der Studiengang Marketingmanagement fokussiert stärker auf theoretische Erklärungs- und methodische Analyse- und Prognoseansätze und deren Anwendung. Eine internationale Ausrichtung des Marketing-Masters ist nicht vorgesehen und für das Programmprofil nicht erforderlich.</p> <p>Aspekte des Medienmanagements sind Bestandteil des Moduls Kommunikation. Versteht man Medienmanagement als das Management von Medienunternehmen, so wäre dies dem Dienstleistungsmarketing im Modul Institutionelles Marketingmanagement zuzuordnen. Insgesamt ist allerdings kein Schwerpunkt im Medienmanagement beabsichtigt.</p>
<p><u>9. Human Resource Management, Logistikmanagement, Management in dynamischen Märkten und Marketingmanagement:</u></p> <p>Die Gutachter sind der Auffassung, dass eine ansprechende Integration von Theorie und Praxis erreicht wird. Sie empfehlen jedoch, dass in der Vollzeitvariante des Studienganges der Praxisanteil im Studium ausgebaut werden sollte.</p>	<p>In den weiterentwickelten Curricula ist nun ein anwendungsorientiertes Forschungsprojekt mit einer Dauer von drei Semestern und im Umfang von 12 CP vorgesehen, das die Integration von Theorie und Praxis in beiden Studienformen deutlich verstärkt.</p>
<p><u>10. Human Resource Management, Logistikmanagement, Management in dynamischen Märkten und Marketingmanagement:</u></p> <p>Die Gutachter führen aus, dass die Methoden und das wissenschaftliche Arbeiten in den Modulbeschreibungen nicht durchgängig erkennbar sind, insgesamt werden die Vermittlung von Methodenkompetenz und die Befähigung zu wissenschaftlichem Arbeiten im Studiengang jedoch ausreichend gewährleistet.</p>	<p>Im Zuge der Weiterentwicklung des Studienganges <u>Human Resource Management</u> wurden die Vermittlung fachlicher und methodischer Kompetenzen im Bereich des wissenschaftlichen Arbeitens einerseits durch die Schaffung des Kompetenzbereichs Forschungsansätze / -methoden, andererseits durch den deutlichen Ausbau des Projekts angewandte Forschung verstärkt.</p> <p>Im Studiengang <u>Logistikmanagement</u> wird im ersten Semester das Modul Theorie und Forschung angeboten, welches die entsprechenden Kompetenzen vermittelt, bevor die Studierenden diese im anwendungsorientierten Forschungsprojekt vertiefen.</p> <p>In den Studiengang <u>Management in dynamischen Märkten</u> wurde eine neue Lehrveranstaltung „Dynamik im</p>

	<p>Management“ aufgenommen, in der zentrale Managementtheorien und Forschungsansätze im dynamischen Management diskutiert werden. Analog zu den anderen Studiengängen wird anwendungsorientiert gearbeitet, insbesondere in den Modulen Dynamik und Methoden, Dynamisches Marketing, Management der Unternehmensumwelt, in den Transferseminaren und in der Master-Thesis.</p> <p>Im Studiengang <u>Marketingmanagement</u> erhalten die Methodenkompetenzen im neuen Programm ein stärkeres Gewicht durch die Aufwertung des Moduls Markt- und Kundenanalyse und durch das anwendungsorientierte Forschungsprojekt.</p>
<p><u>11. Human Resource Management, Logistikmanagement und Marketingmanagement:</u></p> <p>Sie empfehlen der Hochschule, das Modul „Führungskompetenz“ mit Blick auf die beabsichtigte Kooperations- und Konfliktfähigkeit der Studierenden deutlicher zu beschreiben, da dies nicht ausreichend deutlich wird und sich die Bewertung der Gutachter in diesem Punkt vor allem auf die Ergebnisse der Begutachtung vor Ort stützt.</p>	<p>In den Studiengängen <u>Human Resource Management, Logistikmanagement</u> und <u>Marketingmanagement</u> wurde dieses studiengangübergreifende Modul überarbeitet und behandelt mit den Themen Corporate Governance und Konfliktanalyse und Verhandlungsstrategien nun verstärkt die von den Gutachtern angesprochene Kooperations- und Konfliktfähigkeit.</p>
<p><u>12. Human Resource Management, Logistikmanagement, Management in dynamischen Märkten und Marketingmanagement:</u></p> <p>...würden es begrüßen, wenn bei diesem hohen Niveau die Berücksichtigung von Methoden und des wissenschaftlichen Arbeitens verstärkt werden würde</p>	<p>Die Anregung der Gutachter wurde mit den Lehrveranstaltungen zu Forschungsansätzen und dem Forschungsprojekt über drei Semester umgesetzt (s.o. Punkt 10).</p>
<p><u>13. Human Resource Management, Logistikmanagement, Management in dynamischen Märkten und Marketingmanagement:</u></p> <p>Das didaktische Konzept der EUFH ist beschrieben, logisch nachvollziehbar und auf das Studiengangsziel hin ausgerichtet. Dabei ist es nach Auffassung der Gutachter wünschenswert, wenn vielfältigere Methoden genutzt werden würden und sich diese auch im Hinblick auf die beiden Studiengangsvarianten unterscheiden würden.</p>	<p>Bei der Überarbeitung der Curricula wurden <u>in allen angesprochenen Studiengängen</u> neue Lehrmethoden aufgenommen, die insbesondere die selbständige Arbeit der Studierenden stärker fördert (z.B. Forschungsprojekt über drei Semester mit Coaching durch die Lehrkräfte). Dies findet in den Prüfungsformen seine Entsprechung (z.B. Projektbericht, Performanzprüfung).</p> <p>Eine Unterscheidung der Lehrmethoden nach Studiengangsvarianten erfolgt insofern, als im Teilzeitstudium die beruflichen Erfahrungen der Studierenden stärker einbezogen werden können.</p> <p>Grundsätzlich aber sind die Lehrmethoden in allen vorliegenden Studiengängen orientiert an den Qualifikationszielen der Module, die in beiden Studienformen derselben Studiengänge jeweils identisch sind.</p>

<p>14. <u>Human Resource Management, Logistikmanagement, Management in dynamischen Märkten und Marketingmanagement:</u></p> <p>Die Gutachter betrachten die Größe (räumlich und Bestand) der Bibliothek als stark verbesserungswürdig. Die Bewertung mit „Qualitätsanforderung erfüllt“ resultiert v.a. aus der Nutzungsmöglichkeit anderer Bibliotheken und der Online-Bestände sowie der Tatsache, dass die Studierenden über das Campus W-LAN und von außerhalb, über eine VPN-Anbindung, die Möglichkeit haben, auf die Bibliothekskataloge und Online-Datenbanken zuzugreifen.</p>	<p>Der Medienbestand der Bibliothek wurde seit 2010 fortlaufend erweitert. Mit dem Entwicklungskonzept der Bibliothek wird sichergestellt, dass der Literaturbestand bzw. -zugang zielgerichtet erweitert wird.</p> <p>Zudem ist die Kooperation mit der Universitäts- und Stadtbibliothek Köln (USB; Bestand: rund 4,2 Mio Medieneinheiten) geplant, die den Studierenden der EUFH die kostenfreie Nutzung aller Leistungen der USB möglich.</p> <p>An den Standorten Aachen und Neuss ist den Studierenden der EUFH die kostenfreie Nutzung der Bibliothek der RWTH Aachen bzw. der Universitäts- und Landesbibliothek Düsseldorf (Bestand: rund 2,5 Mio Medieneinheiten) möglich.</p>
---	--

## Bewertung:

Die vorgelegten statistischen Daten zeichnen folgendes Bild der Studiengänge.

Was den Studiengang Human Resource Management betrifft, so zeigt die Bewerberquote ein stabiles Interesse am Studiengang. Studienabbrecher sind in den drei laufenden Kohorten bislang nicht zu verzeichnen. Der Anteil weiblicher gegenüber männlichen Studierender ist im Durchschnitt nahezu gleichbleibend und liegt stets weit über 50 Prozent. Der Auslastungsgrad betrug im ersten Jahrgang 57 Prozent, im zweiten Jahrgang 30 Prozent und im dritten Jahrgang 37 Prozent.

Was den Studiengang Logistikmanagement anbelangt, so zeigt die Bewerberquote ein unregelmäßiges Interesse am Studiengang. Für den Studienstart 2015 konnten nicht genügend Bewerber verzeichnet werden, so dass der Studiengang nicht startete. Studienabbrecher sind in den zwei laufenden Kohorten bislang nicht zu verzeichnen. Der Anteil weiblicher gegenüber männlichen Studierender liegt bei ca. 30 Prozent. Der Auslastungsgrad betrug im ersten Jahrgang 50 Prozent, im zweiten Jahrgang 47 Prozent.

Was den Studiengang Management in Dynamischen Märkten betrifft, so zeigt die Bewerberquote ein schwankendes Interesse am Studiengang. Studienabbrecher sind in den drei laufenden Kohorten bislang nicht zu verzeichnen. Der Anteil weiblicher gegenüber männlichen Studierender liegt in den ersten zwei Jahrgängen bei über 50 Prozent. Im Jahrgang 2014 bei 29 Prozent. Der Auslastungsgrad betrug im ersten Jahrgang 57 Prozent, im zweiten Jahrgang 73 Prozent und im dritten Jahrgang 57 Prozent.

Was den Studiengang Marketingmanagement betrifft, so zeigt die Bewerberquote ein insgesamt steigendes Interesse am Studiengang. Die Abbrecherquote ist niedrig. Der Auslastungsgrad ist kontinuierlich von 23 Prozent auf aktuell 67 Prozent gestiegen.

Die seit der Akkreditierung der Programme im Jahr 2010 getroffenen Maßnahmen zur Weiterentwicklung der Studiengänge werden als sinnvoll und fachgerecht beurteilt. Die Hochschule hat sich mit den Empfehlungen auseinandergesetzt und dabei die Empfehlungen 5, 7, 9, 10, 11, 12, 13, 14 nach Ansicht der Gutachter adäquat umgesetzt. Der Stellungnahme und den Erklärungen der Hochschule zu den Empfehlungen 1, 2, 3, 4, 6, 8 können die Gutachter folgen und sie nachvollziehen. Hinsichtlich der Empfehlung 2 hat die Hochschule die Zielgruppen der Studiengänge weiter gefasst, darüber hinaus jedoch keine konkreten Maßnah-

men durchgeführt. Bezüglich der Empfehlung 3 hat die Hochschule Maßnahmen ergriffen, um der Empfehlung zu folgen, jedoch nicht was den Studiengang Marketingmanagement anbelangt. Was die Empfehlung 4 betrifft, so hat die Hochschule die Eingangsqualifikationen in geeigneter Weise geändert, jedoch keine Propädeutika geschaffen. Dies fällt jedoch nicht ins Gewicht. Denn die Ergebnisse aus der Weiterentwicklung der Studiengänge rechtfertigen es, dass den Empfehlungen 1, 2, 3, 4, 6 und 8 nur teilweise oder nicht gefolgt wurde.

# Darstellung und Bewertung im Einzelnen

## 1 Zielsetzung

Der Studiengang Human Resource Management vermittelt ausgewählte Segmente des Personalmanagements in Verknüpfung von Betriebswirtschaftslehre, Arbeitsrecht, Soziologie und der Personal- und Organisationspsychologie, so dass die Studierenden die zentralen Gebiete des Human Resource Management aus den jeweiligen Fachgebieten heraus verstehen lernen und in der Lage sind, diese synergetisch für ihre spätere Tätigkeit kompetent zu nutzen. Sie eignen sich die Kenntnisse, Fertigkeiten und Verhaltensrepertoires an, die sie in den Stand versetzen, nach erfolgreichem Abschluss des Studiums unmittelbar Fach- und Leitungspositionen im Human Resource Management zu übernehmen und anwendungsorientierte, strategische Aufgaben zu bewältigen.

Der Studiengang Logistikmanagement vermittelt den Studierenden logistikspezifisches und wirtschaftswissenschaftliches Wissen und Kompetenzen, um einerseits in unterschiedlichen Branchen höherwertige Positionen im Bereich Logistik und Unternehmensführung zu übernehmen und um sich für eine wissenschaftliche Karriere zu qualifizieren. Die Studierenden erlangen Kenntnisse über Strukturen und Analysemethoden länderübergreifender Unternehmensnetzwerke und internationaler Logistikmärkte und werden zur sicheren Handhabung der Werkzeuge der Logistik befähigt. Der Studiengang qualifiziert seine Absolventen für Tätigkeiten als Fach- und Führungskräfte in der Beschaffung, Produktion, Distribution und Entsorgung bei Industrie- und Handelsunternehmen sowie für spezifische Logistikunternehmen wie Speditionen, Logistikdienstleister, Beratungsgesellschaften oder auch Krankenhäuser.

Das Spezifikum des Studienganges Management in dynamischen Märkten besteht darin, Studierende mit einer hohen Berufsbefähigung der allgegenwärtigen hohen Dynamik der Märkte auszustatten, die in die Tiefe gehend thematisiert wird. Aufbauend auf den Kenntnissen aus einem vorhergehenden ökonomischen Studium erlangen die Studierenden verbreiterte und vertiefte ökonomische Kenntnisse. Dabei werden die Studierenden befähigt, durch eigene Transferleistungen Wissensgebiete anwendungsorientiert zu erweitern, erlernte Methoden weiterzuentwickeln sowie neue Zielsetzungen zu integrieren. Im Studium werden dynamische Effekte ausgehend von Kunden, von Konkurrenten und aus dem Unternehmensumfeld antizipiert und analysiert und geeignete Strategien, Taktiken und Operationen entwickelt, die das langfristige Prosperieren von Organisationen sicherstellen. Durch das Studium, welches sowohl theoretische als auch praxisorientierte Lösungsansätze vermittelt, werden die Absolventen in die Lage versetzt, ihre allgemeine Führungskompetenz zur Weiterentwicklung des Unternehmens einzusetzen und bei der Führung und Gestaltung von Managementprozessen hoch komplexen Herausforderungen zu begegnen.

Der Studiengang Marketingmanagement zielt auf die marktorientierte Führung von Unternehmen als zentralem Erfolgsfaktor, um im heutigen Wettbewerb zu bestehen. Tätigkeiten in Marketing und Vertrieb sind wichtige Beschäftigungsfelder für Absolventen betriebswirtschaftlicher und verwandter Studiengänge. Die Absolventen kennen die relevanten Marketingtheorien, insbesondere die Erklärungsansätze zum Kunden- bzw. Konsumentenverhalten, und verstehen die Kaufentscheidungsprozesse der Kunden. Sie sind in der Lage, wissenschaftliche Erkenntnisse und Theorien zu nutzen, um Frage- und Problemstellungen der Marketingpraxis zu lösen. Sie sind mit den Methoden der Marktforschung und den benötigten statistischen Verfahren vertraut. Der Studiengang qualifiziert seine Absolventen für Tätigkeiten als Fach- und Führungskräfte der Marketing- und Vertriebsabteilungen der mittelständischen Wirtschaft oder von Großunternehmen und erlaubt es ihnen, leitende Tätigkeiten in der marktorientierten Führung von Unternehmen auszuüben.

Der Studiengang Business Development Management (dual) vermittelt anwendungsorientierte Kompetenzen aus dem Bereich der Wirtschaftswissenschaften zur zielgerichteten Gestal-

tung von Vertriebs- und Leistungserstellungsprozessen in Unternehmen, unabhängig von deren Branchenzugehörigkeit. Hierzu eignen sich die Studierenden Fähigkeiten und Wissen in den curricularen Kompetenzbereichen Innovations- und Vertriebsmanagement, Kunden- und Qualitätsmanagement, dem Management von Geschäftsfeldern und dem Praxistransfer an. Die Verknüpfung der Lernorte Hochschule und Unternehmen durch die Praxistransfer-Module erlaubt es dabei, theoretische Kenntnisse unmittelbar in der eigenen beruflichen Praxis anzuwenden und so zu verknüpfen. In Unternehmen übernehmen sie eigenständig Aufgaben im Management von Projekten und von Geschäftsfeldern mit Schnittstellenfunktionen. Der ähnlich aufgebaute Studiengang Business Development Management (Vollzeit/Teilzeit) orientiert sich ebenfalls an dem Ziel, Theorie und Praxis miteinander zu verbinden. In Bezug die Verzahnungsmodule im Bereich Praxistransfer wird abweichend vom dualen Studiengang mit Fallstudien gearbeitet. Beide Studiengänge richten sich an Bachelor-Absolventen aller Fachrichtungen.

Die Befähigung zum gesellschaftlichen Engagement wird in den Studiengängen Human Resource Management, Logistikmanagement, Management in dynamischen Märkten und Marketingmanagement durch das Modul Corporate Social Responsibility, das die gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen zum Gegenstand hat, gewährleistet. Persönlichkeitsspezifische Merkmale (Soft Skills) werden in der Veranstaltung Konfliktanalyse und Verhandlungsstrategien, die zum Modul Ausgewählte Aspekte der Unternehmensführung gehört, gelehrt.

In den Studiengängen Business Development Management (dual) und Business Development Management (Vollzeit/Teilzeit) wird die Befähigung zum gesellschaftlichen Engagement im Modul Produktentwicklung und Innovationsmanagement gefördert, weil dort die Bedeutung von Innovationen für die Gesellschaft in den Blick genommen wird. Soft Skills sind Gegenstand des Moduls Management von Geschäftsverhandlungen, in dem die Studierenden Verhandlungstechniken erlernen, und der Veranstaltung Führung und Mitwirkung in Teams im Modul Führung in Geschäftsfeldern.

Die Hochschule macht explizit auf die Möglichkeiten von Stipendien und auf weitere Modelle der Studienfinanzierung aufmerksam, um Studierenden in besonderen Lebenslagen die Möglichkeit zum Studium zu eröffnen. Zur Herstellung und Wahrung der verfassungsrechtlich gebotenen geschlechterspezifischen Chancengleichheit und zur Vermeidung von Nachteilen wurde eine Gleichstellungsbeauftragte berufen. Die Maßnahmen für die kommenden Jahre sind in einem Gleichstellungskonzept niedergelegt.

## Bewertung:

Die Qualifikationsziele der Studiengänge umfassen fachliche und überfachliche Aspekte und beziehen sich insbesondere auf die Bereiche wissenschaftliche Befähigung, Befähigung zur Aufnahme einer qualifizierten Erwerbstätigkeit, Befähigung zum gesellschaftlichen Engagement und Persönlichkeitsentwicklung. Die Studiengänge tragen den Erfordernissen des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse Rechnung.

Auf der Ebene der Studiengänge werden die Konzepte der Hochschule zur Förderung der Geschlechtergerechtigkeit und der Chancengleichheit von Studierenden in besonderen Lebenslagen umgesetzt.

	Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
1. Zielsetzung	X		

## 2 Zulassung

Hinsichtlich der Zulassung zum Studium erklärt § 3 der Zulassungsordnung für alle Studiengänge: „Allgemeine Voraussetzung für die Zulassung zum Master-Studium an der EUFH sind: a. Ein erster akademischer Abschluss mit mindestens 180 Credit Points gemäß dem European Credit Transfer and Accumulation System, b. Englischkenntnisse auf Niveau B2 des gemeinsamen europäischen Referenzrahmens für Sprachen, c. Bei Bewerbern mit ausländischem Hochschulabschluss: Deutschkenntnisse auf Niveau B2 des gemeinsamen europäischen Referenzrahmens für Sprachen.“

Für die Studiengänge Human Resource Management, Management in dynamischen Märkten und Marketingmanagement gilt zudem laut Zulassungsordnung die zusätzliche Bedingung, dass „wirtschaftswissenschaftliche Kenntnisse auf Bachelor-Niveau“ vorhanden sein müssen; für den Studiengang Logistikmanagement lautet die Forderung, dass „wirtschaftswissenschaftliche Kenntnisse auf Bachelor-Niveau sowie Logistikkenntnisse“ existieren.

Die Bewerber aller Studiengänge werden, sofern sie die o.g. zusätzlichen Bedingungen erfüllen, in ein Auswahlverfahren aufgenommen. Der Ablauf des Auswahlverfahrens ist in einem Laufzettel aufgezeichnet. Dort werden laut SPO § 4 (2) die „Motivation des Studienbewerbers [...], seine persönlichen Rahmenbedingungen sowie ggf. ergänzende Informationen zu seiner Qualifikation geprüft. Bei Studienbewerbern für den Studiengang Business Development Management (dual) werden zudem die berufliche Situation sowie die mögliche Unterstützung des Studiums seitens des Arbeitgebers durch den Studiengangsleiter im Rahmen eines Auswahlgesprächs geprüft. Für alle Studiengänge wird der inhaltliche Rahmen des Auswahlgesprächs durch einen Gesprächsleitfaden [...] vorgegeben.“ Im Gesprächsleitfaden sind Fragen festgelegt, deren Antworten mit „ja“ „mit Einschränkungen“ und „nein“ eingestuft werden.

Zudem gilt die in § 5 der Zulassungsordnung enthaltene Regel: Studienbewerber mit einem wirtschaftswissenschaftlichen Bachelorabschluss der EUFH werden bei Vorliegen der Zulassungsvoraussetzungen und einer Bachelorabschlussnote von 2,7 oder besser ohne weitere Prüfung für die Masterstudiengänge a. Human Resource Management, b. Marketingmanagement und c. Management in dynamischen Märkten zugelassen. Studienbewerber mit einem Bachelorabschluss der EUFH in Logistikmanagement werden bei Vorliegen der Zulassungsvoraussetzungen und einer Bachelorabschlussnote von 2,7 oder besser ohne weitere Prüfung auch für den Masterstudiengang Logistikmanagement zugelassen.

Was den Studiengang Business Development Management (dual) betrifft, so sind die Unternehmen nicht an der Auswahl der Studierenden beteiligt. Die Studierenden werden allein von der Hochschule ausgewählt, die sie im Anschluss an eine positive Auswahlentscheidung bei der Suche nach einem geeigneten Unternehmen unterstützt, sofern die Studierenden noch keinen Vertrag mit einem geeigneten Unternehmen vorweisen können. Diesbezüglich die SPO in § 7: „Ein Vertrag mit einem Unternehmen ist binnen 16 Wochen nach Studienbeginn vorzulegen“. Denn spätestens 16 Wochen nach Beginn des ersten Semesters muss der Studierende mit der ersten Praxisphase im Unternehmen beginnen.

Die Zulassungsordnung erklärt zudem: „Die Auswahlentscheidung wird dem Studienbewerber schriftlich mitgeteilt.“ Im Falle einer negativen Auswahlentscheidung werden dem Studienbewerber die Gründe hierfür auf Wunsch durch den Studiengangsleiter erläutert.

Der § 6 der Zulassungsordnung regelt, dass Studienbewerber einen Antrag auf Nachteilsausgleich im Zulassungsverfahren stellen können, wenn besondere Gründe wie eine Krankheit oder eine Behinderung sie gehindert haben, eine bessere Abschlussnote im Erststudium zu erreichen.

### Bewertung:

Die Zulassungsbedingungen sind bezüglich der Studiengänge Human Resource Management, Logistikmanagement, Management in dynamischen Märkten und Marketingmanagement definiert und nachvollziehbar. Die nationalen Vorgaben sind berücksichtigt. Hinsichtlich der Studiengänge Business Development Management (dual) und Business Development Management (Vollzeit/Teilzeit), die laut Zielsetzung wirtschaftswissenschaftliche Studiengänge sind und sich an Studierende aller Fachrichtungen richten, ist von einer heterogenen Studierendengruppe auszugehen. Den Plan der Hochschule, eine Angleichung der unterschiedlichen Wissensbestände der bezüglich ihres wirtschaftswissenschaftlichen Vorwissens im ersten Semester nach Bedarf vorzunehmen, wie in den Ausführungen der Hochschule zum Curriculum dargelegt, begrüßen die Gutachter. Sie geben Folgendes zu bedenken: Wenn Wirtschaftswissenschaftler und Nicht-Wirtschaftswissenschaftler in einer Kohorte zusammen studieren, bietet der Studiengang den Wirtschaftswissenschaftlern unter den Studierenden in dieser allerersten Studiengangsphase womöglich teilweise bereits bekannte Inhalte. Die Gutachter empfehlen zudem, dass die Hochschule die Erfahrungen mit der heterogenen Zielgruppe dokumentiert und gegebenenfalls rechtzeitig geeignete Maßnahmen implementiert, um die Schaffung eines einheitlichen Studierendenniveaus zu gewährleisten. Die Gutachter halten hinsichtlich des Studienganges Business Development Management (dual) die Regelung, dass ein Vertrag mit einem Unternehmen binnen 16 Wochen nach Studienbeginn vorgelegt werden muss, für adäquat. Sie empfehlen der Hochschule jedoch, dass sie die Vorlage des Vertrages nach Studienbeginn als Ausnahmeregel etabliert. Jedoch monieren die Gutachter, dass nicht transparent ist, dass die Studierenden nach spätestens nach 16 Wochen im ersten Semester einen Vertrag mit einem Unternehmen vorlegen müssen. Lediglich in der SPO, jedoch nicht in der Zulassungsordnung oder auf der Website der Hochschule wird auf diesen Umstand hingewiesen. Die Gutachter empfehlen daher die **Auflage** zu erteilen, dass die Hochschule die Bedingung, dass die Studierenden spätestens nach 16 Wochen im ersten Semester einen Vertrag mit einem Unternehmen vorlegen müssen, in der Zulassungsordnung verankert und die Studierenden darüber in Informationsmaterialien und auf der Website informiert (*Rechtsregel: Ziff. 2.8 der Regeln des Akkreditierungsrates, Ziff. 6 der Handreichung der AG „Studiengänge mit besonderem Profilanspruch“*).

Die Zulassungsbedingungen stellen für sämtliche Studiengänge sicher, dass die Studierenden fremdsprachliche Lehrveranstaltungen absolvieren und die fremdsprachliche Literatur verstehen können. Durch die Zulassungsbedingungen ist sichergestellt, dass die Absolventen mit Abschluss des Master-Studiums in der Regel über 300 ECTS-Punkte verfügen. Das Zulassungs- und Auswahlverfahren ist transparent. Die Gutachter konnten sich im Gespräch mit den Lehrenden und den Studierenden davon überzeugen, dass es die Gewinnung qualifizierter Studierender entsprechend der Zielsetzung der Studiengänge gewährleistet.

Der Nachteilsausgleich für Studierende mit Behinderung ist sichergestellt.

		Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
2.1	Zulassungsbedingungen	X		
2.2	Auswahl- und Zulassungsverfahren	X	Auflage (BUDM(dual))	

### 3 Inhalte, Struktur und Didaktik

#### 3.1 Inhaltliche Umsetzung

Das Curriculum des Studienganges Human Resource Management gestaltet sich wie folgt:

Curriculumsübersicht														
Human Resource Management (M.A.), Vollzeit														
Kompetenzbereiche, Module & Lehrveranstaltungen	ECTS-Credit Points (CP) / Semesterwochenstunden (SWS) je								Workload-Verteilung		CP / Modul	Prüfungsform*	Gewicht für Gesamtnote	
	1. Sem.		2. Sem.		3. Sem.		4. Sem.		Präsenz	Selbststudium				
	CP	SWS	CP	SWS	CP	SWS	CP	SWS						
<b>Studiengangsspezifische Module</b>														
<b>Forschungsansätze / -methoden</b>														
<b>HRM_METH_01 Theorien für das Personalmanagement</b>														
Personal-Theorien	3	2								36	112	6	HA	6/120
Forschungsmethoden im Personalmanagement	3	2												
<b>HRM_RES_01 Forschungsansätze im Personalmanagement</b>														
Ausgewählte Aspekte der Verhaltensökonomik	3	2								54	171	9	PO	9/120
Elemente der Arbeits- und Organisationspsychologie	3	2												
Trends in der Personalforschung	3	2												
<b>Personalmanagement</b>														
<b>HRM_ORG_01 Organisation von Personalarbeit</b>														
Instrumente der Personalwirtschaft	3	2								54	171	9	K 120	9/120
Personalverwaltung und -controlling			3	2										
eHRM			3	2										
<b>HRM_OPR_01 Operatives Personalmanagement</b>														
Personalplanung			3	2						36	112	6	PO	6/120
Personalentwicklung			3	2										
<b>HRM_LAW_01 Rechtsgestaltung im Personalmanagement</b>														
Ausgewählte Aspekte des Arbeitsrechts					3	2				36	112	6	K 120	6/120
Arbeits- und Sozialpolitik					3	2								
<b>HRM_GOV_01 Unternehmensstrategie und Personalmanagement</b>														
Strategisches Personalmanagement					3	2				36	112	6	HA	6/120
Internationales Personalmanagement					3	2								
<b>HRM_MAN_01 Management von Humanressourcen</b>														
Perspektiven der Mitarbeiterführung					3	2				36	112	6	R	6/120
Motivationsmanagement und Anreizsysteme					3	2								
<b>Forschungs- und Transferkompetenz</b>														
<b>HRM_RES_02 Anwendungsorientiertes Forschungsprojekt</b>														
Forschungsprojekt			6	4	6	2				54	246	12	PO	12/120
<b>HRM_THES_01 Master-Modul</b>														
Master-Seminar							5	4		36	714	30	KM	30/120
Master-Thesis							25	0					T	
<b>Studiengangübergreifende Module</b>														
<b>Studiengangübergreifende Module</b>														
<b>Allgemeine Managementkompetenzen</b>														
<b>MA_METH_01 Entscheidungskompetenz</b>														
Operations Research	3	2								36	112	6	K 120	6/120
Statistik	3	2												
<b>MA_ETH_01 Corporate Social Responsibility</b>														
Unternehmensethik			3	2						36	112	6	MP	6/120
Nachhaltigkeitsmanagement			3	2										
<b>MA_CHAN_01 Management von Veränderungen</b>														
Management von Veränderungen					3	2				36	112	6	R	6/120
Fallstudien Change Management					3	2								
<b>MA_SKIL_01 Ausgewählte Aspekte der Unternehmensführung</b>														
Konfliktanalyse und Verhandlungsstrategien			3	2						36	112	6	PER	6/120
Corporate Governance			3	2										
<b>MA_GOV_01 Internationales Management</b>														
Internationale Wirtschaft	3	2								36	112	6	K 120	6/120
Internationalisierungsstrategien	3	2												
<b>CP</b>	<b>30</b>		<b>30</b>		<b>30</b>		<b>30</b>					<b>120</b>		
<b>SWS</b>	<b>20</b>		<b>20</b>		<b>18</b>		<b>4</b>					<b>62</b>		

\*K: Klausur | HA: Hausarbeit | R: Referat inkl. schriftl. Ausarbeitung | MB: Mündl. Beitrag | MP: Mündl. Prüfung | KM: Kolloquium | L: Lerntagebuch | PO: Portfolio | PER: Performanzprüfung | PR: Projektbericht ggf. inkl. schriftlicher Ausarbeitung | PB: Praxisbericht | T: Thesis | /: oder |

Curriculumsübersicht																	
Human Resource Management (M.A.), Teilzeit																	
Kompetenzbereiche, Module & Lehrveranstaltungen	ECTS-Credit Points (CP) / Semesterwochenstunden (SWS) je Semester												Workload-Verteilung		CP / Modul	Prüfungsform*	Gewicht für Gesamnote
	1. Sem.		2. Sem.		3. Sem.		4. Sem.		5. Sem.		6. Sem.		Präsenz	Selbststudium			
	CP	SWS	CP	SWS	CP	SWS	CP	SWS	CP	SWS	CP	SWS					
<b>Studiengangsspezifische Module</b>																	
<b>Forschungsansätze / -methoden</b>																	
<b>HRM METH 01 Theorien für das Personalmanagement</b>																	
Personal-Theorien	3	2											36	114	6	HA	6/120
Forschungsmethoden im Personalmanagement	3	2															
<b>HRM RES 01 Forschungsansätze im Personalmanagement</b>																	
Ausgewählte Aspekte der Verhaltensökonomik	3	2											54	171	9	PO	9/120
Elemente der Arbeits- und Organisationspsychologie	3	2															
Trends in der Personalforschung			3	2													
<b>Personalmanagement</b>																	
<b>HRM ORG 01 Organisation von Personalarbeit</b>																	
Instrumente der Personalwirtschaft	3	2											54	171	9	K 120	9/120
Personalverwaltung und -controlling	3	2															
eHRM			3	2													
<b>HRM OPR 01 Operatives Personalmanagement</b>																	
Personalplanung			3	2									36	114	6	PO	6/120
Personalentwicklung			3	2													
<b>HRM LAW 01 Rechtsgestaltung im Personalmanagement</b>																	
Ausgewählte Aspekte des Arbeitsrechts					3	2							36	114	6	K 120	6/120
Arbeits- und Sozialpolitik					3	2											
<b>HRM GOV 01 Unternehmensstrategie und Personalmanagement</b>																	
Strategisches Personalmanagement							3	2					36	114	6	HA	6/120
Internationales Personalmanagement							3	2									
<b>HRM MAN 01 Management von Humanressourcen</b>																	
Perspektiven der Mitarbeiterführung					3	2							36	114	6	R	6/120
Motivationsmanagement und Anreizsysteme					3	2											
<b>Forschungs- und Transferkompetenz</b>																	
<b>HRM RES 02 Anwendungsorientiertes Forschungsprojekt</b>																	
Forschungsprojekt			4	2	4	2	4	2					54	246	12	PO	12/120
<b>HRM THES 01 Master-Modul</b>																	
Master-Seminar													36	714	30	KM	30/120
Master-Thesis																T	
<b>Studiengangübergreifende Module</b>																	
<b>Allgemeine Managementkompetenzen</b>																	
<b>MA METH 01 Entscheidungskompetenz</b>																	
Operations Research	3	2											36	114	6	K 120	6/120
Statistik	3	2															
<b>MA ETH 01 Corporate Social Responsibility</b>																	
Unternehmensethik			3	2									36	114	6	MP	6/120
Nachhaltigkeitsmanagement			3	2													
<b>MA CHAN 01 Management von Veränderungen</b>																	
Management von Veränderungen					3	2							36	114	6	R	6/120
Fallstudien Change Management					3	2											
<b>MA SKIL 01 Ausgewählte Aspekte der Unternehmensführung</b>																	
Konfliktanalyse und Verhandlungsstrategien							3	2					36	114	6	PER	6/120
Corporate Governance							3	2									
<b>MA GOV 01 Internationales Management</b>																	
Internationale Wirtschaft							3	2					36	114	6	K 120	6/120
Internationalisierungsstrategien							3	2									
<b>CP</b>	<b>24</b>		<b>22</b>		<b>22</b>		<b>22</b>		<b>30</b>								<b>120</b>
<b>SWS</b>	<b>16</b>		<b>14</b>		<b>14</b>		<b>14</b>		<b>4</b>								<b>62</b>

\*K: Klausur | HA: Hausarbeit | MB: Mündl. Beitrag | MP: Mündl. Prüfung | KM: Kolloquium | L: Lerntagebuch | PO: Portfolio | PER: Performanzprüfung | PR: Projektbericht | PB: Praxisbericht | R: Referat ggf. inkl. schriftl. Ausarbeitung | T: Thesis | /: oder |

Der Aufbau des Studienganges Human Resource Management orientiert sich an der Frage, was das Personalmanagement leisten muss, um das Erreichen der Ziele des Unternehmens mit nachweisbarem Nutzen zu fördern.

Diesbezüglich werden Forschungsansätze und -methoden durch die in den ersten Semestern angesetzten Module Theorien für das Personalmanagement und Forschungsansätze im Personalmanagement vermittelt. Das hier erlernte Wissen wenden die Studierenden ab dem zweiten Semester in Kombination mit der Fachkompetenz aus den Modulen des Bereichs Personalmanagement in Form eines Forschungsprojektes in den folgenden drei Semestern an. Die angewandte Verzahnung der beiden Schwerpunkte Forschungsansätze/-methoden und Fachkompetenz Personalmanagement fördert neben einer eigenverantwortlichen Vertie-

fung spezifischer Themen auch die Wissenschaftskompetenz zur Erstellung der Master-Thesis.

Im Modulbereich Personalmanagement erlangen die Studierenden in den ersten beiden Semestern ein vertieftes Verständnis der Organisation von Personalarbeit und der operativen Umsetzung von Personalmanagement. Ab dem dritten Semester werden ergänzend ausgewählte Gesichtspunkte der Rechtsgestaltung im Personalmanagement und des Managements von Humanressourcen vermittelt, um eine Befähigung zum Betreuer und damit einhergehend dem Management der Mitarbeiterbeteiligung zu gewährleisten. Das Modul Strategisches Personalmanagement fasst im internationalen Kontext die erlangten Kenntnisse zusammen.

Auf dieser Basis erhalten die Studierenden im Modulbereich Allgemeine Managementkompetenzen parallel zu den fachlichen Vertiefungen wesentliche Kompetenzen, die die Befähigung zur Begleitung von Veränderungsprozessen aus der Sicht des Personalmanagements auf methodischer Ebene abrunden und die Fähigkeiten zur sozialen und fachlichen Betreuung von Mitarbeitern und Führungskräften verdichten.

Das Curriculum im Studiengang Logistikmanagement gliedert sich wie folgt:

<b>Curriculumsübersicht</b>														
<b>Logistikmanagement (M.A.), Vollzeit</b>														
Kompetenzbereiche, Module & Lehrveranstaltungen	ECTS-Credit Points (CP) / Semesterwochenstunden (SWS) je								Workload-Verteilung		CP / Modul	Prüfungsform*	Gewicht für Gesamtnote	
	1. Sem.		2. Sem.		3. Sem.		4. Sem.		Präsenz	Selbststudium				
	CP	SWS	CP	SWS	CP	SWS	CP	SWS						
<b>Studiengangsspezifische Module</b>														
<b>Forschungsansätze / -methoden</b>														
<b>LMM_RES_01 Theorie und Forschung in der Logistik</b>														
Trends der Logistikforschung	3	2								36	114	6	K 120	6/120
Wissenschaftliche Methoden in der Logistik	3	2												
<b>Logistikmanagement</b>														
<b>LMM_APP_01 Management von Supply Chains</b>														
Supply Chain Management und logistische Netzwerke	3	2								54	171	9	K 120	9/120
Risikomanagement in der Supply Chain	3	2												
Logistische Anwendungssysteme	3	2												
<b>LMM_LAW_01 Wirtschafts-, Transport- und Logistikrecht</b>														
Wirtschafts-, Transport- und Logistikrecht	3	2								18	57	3	HA / R	3/120
<b>LMM_MARK_01 Marketing und Innovationsmanagement in der Logistik</b>														
Marketing von Logistik-Dienstleistungen			3	2						36	114	6	PO	6/120
Innovations- und Qualitätsmanagement in der Logistik			3	2										
<b>LMM_OPR_01 Intralogistik und Ressourcenmanagement</b>														
Intralogistik			3	2						36	114	6	HA / R	6/120
Ressourcenmanagement			3	2										
<b>LMM_ECON_01 Europäische und globale Logistikmärkte</b>														
Europäische Logistikmärkte					3	2				36	114	6	HA / R	6/120
Globale Logistikmärkte					3	2								
<b>LMM_APP_02 Spezielle Dienstleistungsaspekte in der Logistik</b>														
Outsourcing und Kontraktlogistik					3	2				36	114	6	HA	6/120
Logistik Consulting					3	2								
<b>LMM_APP_03 Branchenlogistik</b>														
Industrielle Logistik					3	2				36	114	6	K 120	6/120
Konsumgüterlogistik					3	2								
<b>Forschungs- und Transferkompetenz</b>														
<b>LMM_RES_02 Anwendungsorientiertes Forschungsprojekt</b>														
Forschungsprojekt			6	3	6	3				54	246	12	PO	12/120
<b>LMM_THES_01 Master-Modul</b>														
Master-Seminar							5	4		36	714	30	KM	30/120
Master-Thesis							25	0					T	

Studiengangübergreifende Module															
<b>Allgemeine Managementkompetenzen</b>															
<b>MA_METH_01 Entscheidungskompetenz</b>															
Operations Research	3	2									36	114	6	K 120	6/120
Statistik	3	2													
<b>MA_ETH_01 Corporate Social Responsibility</b>															
Unternehmensethik			3	2							36	114	6	MP	6/120
Nachhaltigkeitsmanagement			3	2											
<b>MA_CHAN_01 Management von Veränderungen</b>															
Management von Veränderungen					3	2					36	114	6	R	6/120
Fallstudien Change Management					3	2									
<b>MA_SKIL_01 Ausgewählte Aspekte der Unternehmensführung</b>															
Konfliktanalyse und Verhandlungsstrategien			3	2							36	114	6	PER	6/120
Corporate Governance			3	2											
<b>MA_GOV_01 Internationales Management</b>															
Internationale Wirtschaft	3	2									36	114	6	K 120	6/120
Internationalisierungsstrategien	3	2													
<b>CP</b>	30		30		30		30		30		120				
<b>SWS</b>	20		19		19		4		4		62				

\*K: Klausur | HA: Hausarbeit | MB: Mündl. Beitrag | MP: Mündl. Prüfung | KM: Kolloquium | L: Lerntagebuch | PO: Portfolio | PER: Performanzprüfung | PR: Projektbericht | PB: Praxisbericht | R: Referat ggf. inkl. schriftl. Ausarbeitung | T: Thesis | /: oder |

Curriculumsübersicht Logistikmanagement (M.A.), Teilzeit															
Kompetenzbereiche, Module & Lehrveranstaltungen	ECTS-Credit Points (CP) / Semesterwochenstunden (SWS) je Semester						Workload-Verteilung		CP / Modul	Prüfungsform*	Gewicht für Gesamtnote				
	1. Sem.		2. Sem.		3. Sem.		4. Sem.					5. Sem.		6. Sem.	
	CP	SWS	CP	SWS	CP	SWS	CP	SWS				CP	SWS	CP	SWS
<b>Studiengangsspezifische Module</b>															
<b>Forschungsansätze / -methoden</b>															
<b>LMM_RES_01 Theorie und Forschung in der Logistik</b>															
Trends der Logistikforschung	3	2									36	114	6	K 120	6/120
Wissenschaftliche Methoden in der Logistik	3	2													
<b>Logistikmanagement</b>															
<b>LMM_APP_01 Management von Supply Chains</b>															
Supply Chain Management und logistische Netzwerke	3	2									54	171	9	K 120	9/120
Risikomanagement in der Supply Chain	3	2													
Logistische Anwendungssysteme	3	2													
<b>LMM_LAW_01 Wirtschafts-, Transport- und Logistikrecht</b>															
Wirtschafts-, Transport- und Logistikrecht			3	2							18	57	3	HA / R	3/120
<b>LMM_MARK_01 Marketing und Innovationsmanagement in der Logistik</b>															
Marketing von Logistik-Dienstleistungen			3	2							36	114	6	PO	6/120
Innovations- und Qualitätsmanagement in der Logistik			3	2											
<b>LMM_OPR_01 Intralogistik und Ressourcenmanagement</b>															
Intralogistik			3	2							36	114	6	HA / R	6/120
Ressourcenmanagement			3	2											
<b>LMM_ECON_01 Europäische und globale Logistikmärkte</b>															
Europäische Logistikmärkte					3	2					36	114	6	HA / R	6/120
Globale Logistikmärkte					3	2									
<b>LMM_APP_02 Spezielle Dienstleistungsaspekte in der Logistik</b>															
Outsourcing und Kontraktlogistik					3	2					36	114	6	HA	6/120
Logistik Consulting					3	2									
<b>LMM_APP_03 Branchenlogistik</b>															
Industrielle Logistik							3	2			36	114	6	K 120	6/120
Konsumgüterlogistik							3	2							
<b>Forschungs- und Transferkompetenz</b>															
<b>LMM_RES_02 Anwendungsorientiertes Forschungsprojekt</b>															
Forschungsprojekt			4	2	4	2	4	2			54	246	12	PO	12/120
<b>LMM_THES_01 Master-Modul</b>															
Master-Seminar										5 CP / 4 SWS	36	714	30	KM	30/120
Master-Thesis										25 CP / 0 SWS				T	

Studiengangübergreifende Module																
<b>Allgemeine Managementkompetenzen</b>																
<b>MA_METH_01 Entscheidungskompetenz</b>																
Operations Research	3	2										36	114	6	K 120	6/120
Statistik	3	2														
<b>MA_ETH_01 Corporate Social Responsibility</b>																
Unternehmensethik			3	2								36	114	6	MP	6/120
Nachhaltigkeitsmanagement			3	2												
<b>MA_CHAN_01 Management von Veränderungen</b>																
Management von Veränderungen					3	2						36	114	6	R	6/120
Fallstudien Change Management					3	2										
<b>MA_SKIL_01 Ausgewählte Aspekte der Unternehmensführung</b>																
Konfliktanalyse und Verhandlungsstrategien						3	2					36	114	6	PER	6/120
Corporate Governance						3	2									
<b>MA_GOV_01 Internationales Management</b>																
Internationale Wirtschaft							3	2				36	114	6	K 120	6/120
Internationalisierungsstrategien							3	2								
<b>CP</b>	<b>21</b>	<b>25</b>	<b>22</b>	<b>22</b>	<b>22</b>	<b>30</b>										<b>120</b>
<b>SWS</b>	<b>14</b>	<b>16</b>	<b>14</b>	<b>14</b>	<b>14</b>	<b>4</b>										<b>62</b>

\*K: Klausur | HA: Hausarbeit | MB: Mündl. Beitrag | MP: Mündl. Prüfung | K: Kolloquium | KM: Kolloquium | L: Lerntagebuch | PO: Portfolio | PER: Performanzprüfung | PR: Projektbericht | PB: Praxisbericht | R: Referat ggf. inkl. schriftl. Ausarbeitung | T: Thesis | /: oder |

Leitgedanke des Curriculums des Studienganges Logistikmanagement ist es, von einer Verbreiterung der Logistik-Kenntnisse aus dem Erststudium in der ersten Phase des Studiums hin zu einer Vertiefung zu gelangen.

In der ersten Studienhälfte erweitern und vertiefen die Studierenden ihr grundlegendes Wissen über das Logistikmanagement, die methodischen Werkzeuge im Rahmen wissenschaftlicher Arbeitsweisen und der allgemeinen Managementkompetenzen. In dem Modul Theorie und Forschung in der Logistik, mit den beiden Veranstaltungen Trends der Logistikforschung sowie Wissenschaftliche Methoden in der Logistik, werden neben akademischen Studien und Vorgehensweisen aktuelle Probleme der Logistik mit pragmatischen Vorgehensweisen vermittelt.

Die Module Management von Supply Chains, Wirtschafts-, Transport- und Logistikrecht, Integralistik und Ressourcenmanagement sowie Marketing und Innovationsmanagement in der Logistik decken inhaltlich die Handlungsfelder von der Beschaffung bis hin zur Entsorgung, der Informationslogistik und die rechtlichen Rahmenbedingungen ab. Die Auswirkungen logistischer Prozesse werden insbesondere in den Modulen Corporate Social Responsibility, Entscheidungskompetenz und Management von Supply Chains in ihren gesellschaftlichen Konsequenzen betrachtet.

Darauf aufbauend sind die Module der zweiten Studienhälfte besondere Spezifikationen, in denen zukünftige Arbeits- und Forschungsprobleme anhand von aktuellen Fragestellungen behandelt werden.

Die Fachmodule begleitend beginnt mit dem zweiten Semester die Bearbeitung des anwendungsorientierten Forschungsprojektes, das die Studierenden an Forschungsvorhaben heranzuführt. Im Folgesemester beginnen die Studierenden mit dem Verfassen der Master-Thesis, mit der sie thematisch an die Ergebnisse des anwendungsorientierten Forschungsprojektes anschließen können.

Das Curriculum im Studiengang Management in dynamischen Märkten gestaltet sich wie folgt:

Curriculumsübersicht														
Management in dynamischen Märkten (M.A.), Vollzeit														
Kompetenzbereiche, Module & Lehrveranstaltungen	ECTS-Credit Points (CP) / Semesterwochenstunden (SWS) je								Workload-Verteilung		CP / Modul	Prüfungsform*	Gewicht für Gesamtnote	
	1. Sem.		2. Sem.		3. Sem.		4. Sem.		Präsenz	Selbststudium				
	CP	SWS	CP	SWS	CP	SWS	CP	SWS						
<b>Managing Dynamics</b>														
<b>MDM_RES_01 Dynamik und Methoden</b>														
Dynamik im Management	3	2								36	114	6	PO	6/120
Beherrschung von Dynamik und Komplexität	3	2												

Inspiring Customers & Establishing Profitability														
MDM_MARK_01 Dynamisches Marketing														
Marktforschung in dynamischen Märkten	3	2								36	114	6	HA	6/120
Konzepte des dynamischen Marketings	3	2												
MDM_MARK_02 Profitabilitätsmanagement														
Portfoliomangement			3	2						36	114	6	K 120	6/120
Preismanagement			3	2										
Mastering Environment & Relationships														
MDM_ECON_01 Management der Unternehmensumwelt														
Europäische Wirtschafts- und Finanzpolitik	3	2								36	114	6	K 120	6/120
Politische Entscheidungsprozesse und Einflussnahme	3	2												
MDM_MARK_03 Beziehungsmanagement														
Verhandlungsanalyse und verfeinerte Verhandlungstechniken	3	2								36	114	6	PER	6/120
Integrierte Kommunikation	3	2												
Mastering Change														
MDM_CHAN_01 Wandel gestalten														
Entwicklungen in Technologiefeldern und Technologiemanagement	3	2								36	114	6	K 120	6/120
Innovationsmanagement	3	2												
MDM_FIN_01 Investition und Finanzierung														
Investitionsmanagement			3	2						36	114	6	K 120	6/120
Moderne Unternehmensfinanzierung			3	2										
Mastering Processes														
MDM_LOG_01 Prozessmanagement														
Management dynamischer Prozesse			3	2						36	114	6	K 120	6/120
Supply Chain Management			3	2										
MDM_IT_01 Management von Informationssystemen														
Flexible Systeme und Systemintegration			3	2						36	114	6	K 120	6/120
Dispositive Systeme und Knowledge Management					3	2								
Mastering Human Resource & Organisation														
MDM_HRM_01 Teamentwicklung														
Personalentwicklung					3	2				36	114	6	K 120	6/120
Kollektive Entscheidungen					3	2								
MDM_ORG_01 Organisationsmanagement														
Organisationsentwicklung					3	2				36	114	6	PER	6/120
Projektmanagement					3	2							HA	
Mastering Responsibility														
MA_ETH_01 Corporate Social Responsibility														
Unternehmensethik					3	2				36	114	6	MP	6/120
Nachhaltigkeitsmanagement					3	2								
Focusing														
MDM_ELEC_01 Wahlfächer														
Wahlfach nach Abstimmung mit Studierenden			4	2						36	164	8	OPT	8/120
Wahlfach nach Abstimmung mit Studierenden					4	2								
Mastering Real Dynamics														
MDM_PROJ_01 Transferprojekte														
Projekt 1: Unternehmenssimulation			5	2						36	214	10	PR	10/120
Projekt 2: Europäisches Management					5	2							PR	
MA_THES_01 Master-Modul														
Master-Seminar								5	4	36	714	30	KM	30/120
Master-Thesis								25	0				T	
<b>CP</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>30</b>							<b>120</b>		
SWS	20	18	18	4								60		

\*K: Klausur | HA: Hausarbeit | MB: Mündl. Beitrag | MP: Mündl. Prüfung | KM: Kolloquium | L: Lerntagebuch | OPT: je nach Fach | PO: Portfolio | PER: Performanzprüfung | PR: Projektbericht | PB: Praxisbericht | R: Referat ggf. inkl. schriftl. Ausarbeitung | T: Thesis | /: oder |

Curriculumsübersicht																	
Management in dynamischen Märkten (M.A.), Teilzeit																	
Kompetenzbereiche, Module & Lehrveranstaltungen	ECTS-Credit Points (CP) / Semesterwochenstunden (SWS) je Semester												Workload-Verteilung		CP / Modul	Prüfungsform*	Gewicht für Gesamnote
	1. Sem.		2. Sem.		3. Sem.		4. Sem.		5. Sem.		6. Sem.		Präsenz	Selbststudium			
	CP	SWS	CP	SWS	CP	SWS	CP	SWS	CP	SWS	CP	SWS					
<b>Managing Dynamics</b>																	
<b>MDM_RES_01 Dynamik und Methoden</b>																	
Dynamik im Management	3	2											36	114	6	PO	6/120
Beherrschung von Dynamik und Komplexität	3	2															
<b>Inspiring Customers &amp; Establishing Profitability</b>																	
<b>MDM_MARK_01 Dynamisches Marketing</b>																	
Marktforschung in dynamischen Märkten	3	2											36	114	6	HA	6/120
Konzepte des dynamischen Marketings	3	2															
<b>MDM_MARK_02 Profitabilitätsmanagement</b>																	
Portfoliomangement			3	2									36	114	6	K 120	6/120
Preismanagement			3	2													

Mastering Environment & Relationships															
<b>MDM_ECON_01 Management der Unternehmensumwelt</b>															
Europäische Wirtschafts- und Finanzpolitik	3	2									36	114	6	K 120	6/120
Politische Entscheidungsprozesse und Einflussnahme	3	2													
<b>MDM_MARK_03 Beziehungsmanagement</b>															
Verhandlungsanalyse und verfeinerte Verhandlungstechniken			3	2							36	114	6	PER	6/120
Integrierte Kommunikation			3	2											
<b>Mastering Change</b>															
<b>MDM_CHAN_01 Wandel gestalten</b>															
Entwicklungen in Technologiefeldern und Technologiemanagement	3	2									36	114	6	K 120	6/120
Innovationsmanagement	3	2													
<b>MDM_FIN_01 Investition und Finanzierung</b>															
Investitionsmanagement			3	2							36	114	6	K 120	6/120
Moderne Unternehmensfinanzierung			3	2											
<b>Mastering Processes</b>															
<b>MDM_LOG_01 Prozessmanagement</b>															
Management dynamischer Prozesse			3	2							36	114	6	K 120	6/120
Supply Chain Management					3	2									
<b>MDM_IT_01 Management von Informationssystemen</b>															
Flexible Systeme und Systemintegration					3	2					36	114	6	K 120	6/120
Dispositive Systeme und Knowledge Management					3	2									
<b>Mastering Human Resource &amp; Organisation</b>															
<b>MDM_HRM_01 Teamentwicklung</b>															
Personalentwicklung					3	2					36	114	6	K 120	6/120
Kollektive Entscheidungen					3	2									
<b>MDM_ORG_01 Organisationsmanagement</b>															
Organisationsentwicklung						3	2				36	114	6	PER	6/120
Projektmanagement						3	2							HA	
<b>Mastering Responsibility</b>															
<b>MA_ETH_01 Corporate Social Responsibility</b>															
Unternehmensethik						3	2				36	114	6	MP	6/120
Nachhaltigkeitsmanagement						3	2								
<b>Focusing</b>															
<b>MDM_ELEC_01 Wahlfächer</b>															
Wahlfach nach Abstimmung mit Studierenden				4	2						36	164	8	OPT	8/120
Wahlfach nach Abstimmung mit Studierenden						4	2								
<b>Mastering Real Dynamics</b>															
<b>MDM_PROJ_01 Transferprojekte</b>															
Projekt 1: Unternehmenssimulation					4	2					36	214	10	PR	10/120
Projekt 2: Europäisches Management						6	2							PR	
<b>MA_THES_01 Master-Modul</b>															
Master-Seminar										5 CP / 4 SWS	36	714	30	T	30/120
Master-Thesis										25 CP / 0 SWS					
CP	24	21	23	22						30					120
SWS	16	14	14	12						4					60

\*K: Klausur | HA: Hausarbeit | MB: Mündl. Beitrag | MP: Mündl. Prüfung | L: Lernstagebuch | OPT: je nach Fach | PO: Portfolio | PER: Performanzprüfung | PR: Projektbericht | PB: Praxisbericht | R: Referat ggf. inkl. schriftl. Ausarbeitung | T: Thesis | /: oder |

Der Studiengang Management in dynamischen Märkten befähigt die Studierenden die dynamischen Effekte ausgehend von Kunden, Konkurrenten und aus dem Unternehmensumfeld zu analysieren und geeignete Strategien, Taktiken und Operationen zu entwickeln, die das Prosperieren von Organisationen sicherstellen. Dabei werden Studierende befähigt, Unternehmensentscheidungen auf Grundlage vertiefter wissenschaftlicher Methoden und Fachkenntnisse systematisch vorzubereiten und erfolgreich umzusetzen.

Der Modulkanon spiegelt für die Unternehmenspraxis relevante Aufgaben wider, die im dynamischen Umfeld bedeutsam sind. Das Studiengangskonzept zielt auf die wissenschaftliche Befähigung der Studierenden ab. Da die Aufgabeninhalte einem häufigen Wechsel unterzogen sind, werden tendenziell generische Aufgaben betrachtet, denen sich mit wissenschaftlicher Methodik genähert wird.

Hinsichtlich der Fachkompetenz soll das Studiengangskonzept das im ökonomischen Bachelor-Studiengang erworbene Wissen wesentlich verbreitern und vertiefen. Dies geschieht in den Modulen Investition und Finanzierung, Corporate Social Responsibility und Management von Informationssystemen.

In einigen Modulen wird ausdrücklich angenommen, dass durch dynamische Effekte unvertraute Situationen entstehen. So werden in der Veranstaltung Konzepte des dynamischen Marketings Änderungen bei unterschiedlichen Akteuren angenommen, denen mit strategischem Marketing und konkreten Marketingmaßnahmen begegnet werden muss. Im Modul Wandel gestalten wird aktiv Wandel herbeigeführt, z.B. durch systematisches Innovationsmanagement. Im finalen Projekt 2: Europäisches Management ist es wesentliches Qualifikationsziel, auf eine unvertraute Fragestellung mit dem breitgefächerten Wissen aus den vielfältigen Perspektiven des Masterprogramms antworten zu können.

Da die Dynamik der Märkte komplex ist, vermittelt der Studiengang ein Bündel an Methoden und systemische und methodische Kompetenzen, die in komplexen Situationen das Fällen von Entscheidungen möglich machen. Exemplarisch seien die Lehrveranstaltungen Beherrschung von Dynamik und Komplexität sowie Marktforschung in dynamischen Märkten genannt. Die Zielsetzung der methodischen Kompetenz wird auch bei der Bearbeitung des Projekts 1: Unternehmenssimulation erlernt, in dem Studierende eigenständige Simulationslösungen zu Realproblemen der Unternehmenspraxis erstellen.

Kommunikative Kompetenzen sind Gegenstand des Moduls Beziehungsmanagement, in dem zum einen Konzepte der integrierten Unternehmenskommunikation und erfolgreiche Lösungen in schwierigen Verhandlungssituationen erarbeitet werden. Insgesamt widmet sich der Studiengang der angewandten Forschung. Diesbezüglich widmet sich das Modul Dynamisches Marketing dem Erkenntnisziel der Vorhersage. Im Seminar Europäisches Management und in der Master-Thesis steht das Gestaltungsziel im Vordergrund.

Das Curriculum im Studiengang Marketingmanagement gestaltet sich wie folgt:

Curriculumsübersicht														
Marketingmanagement (M.A.), Vollzeit														
Kompetenzbereiche, Module & Lehrveranstaltungen	ECTS-Credit Points (CP) / Semesterwochenstunden (SWS) je Semester								Workload-Verteilung		CP / Modul	Prüfungsform*	Gewicht für Gesamnote	
	1. Sem.		2. Sem.		3. Sem.		4. Sem.		Präsenz	Selbststudium				
	CP	SWS	CP	SWS	CP	SWS	CP	SWS						
<b>Studiengangsspezifische Module</b>														
<b>Forschungsansätze / -methoden</b>														
<b>MM_RES_01 Theorien für das Marketing</b>														
Marketing-Theorien	3	2								36	114	6	HA	6/120
Forschungsansätze im Marketing	3	2												
<b>MM_RES_02 Markt- und Kundenanalyse</b>														
Marktforschung und Marktanalyse	3	2								54	171	9	PO	9/120
Konsumentenverhalten	3	2												
Trendanalyse und Prognose			3	2										
<b>Marketingmanagement</b>														
<b>MM_GOV_01 Strategisches Management</b>														
Strategische Marketingplanung	3	2								36	114	6	R	6/120
CRM, Implementierung und Controlling	3	2												
<b>MM_MARK_01 Kommunikation</b>														
*Above-the-Line*: Werbung und Werbepsychologie			3	2						54	171	9	HA / PO	9/120
Onlinemarketing und E-Commerce			3	2										
*Below-the-Line*-Kommunikation			3	2										
<b>MM_MARK_02 Produkte und Marke</b>														
Produkt- und Markenmanagement					3	2				36	114	6	K 120	6/120
Qualitäts- und Innovationsmanagement					3	2								
<b>MM_MARK_03 Preis- und Vertriebsmanagement</b>														
Preismanagement					3	2				36	114	6	K 120	6/120
Vertriebsmanagement					3	2								
<b>MM_MARK_04 Institutionelles Marketingmanagement</b>														
Business-to-Business-Marketing					3	2				36	114	6	K 120	6/120
Dienstleistungsmarketing					3	2								
<b>Forschungs- und Transferkompetenz</b>														
<b>MM_PROJ_01 Anwendungsorientiertes Forschungsprojekt</b>														
Forschungsprojekt			6	4	6	2				54	246	12	PO	12/120
<b>MM_THES_01 Master-Modul</b>														
Master-Seminar							5	4		36	714	30	KM	30/120
Master-Thesis							25	0					T	

Studiengangübergreifende Module															
<b>Allgemeine Managementkompetenzen</b>															
<b>MA_METH_01 Entscheidungskompetenz</b>															
Operations Research	3	2									36	114	6	K 120	6/120
Statistik	3	2													
<b>MA_ETH_01 Corporate Social Responsibility</b>															
Unternehmensethik			3	2							36	114	6	MP	6/120
Nachhaltigkeitsmanagement			3	2											
<b>MA_CHAN_01 Management von Veränderungen</b>															
Management von Veränderungen						3	2				36	114	6	R	6/120
Fallstudien Change Management						3	2								
<b>MA_SKIL_01 Ausgewählte Aspekte der Unternehmensführung</b>															
Konfliktanalyse und Verhandlungsstrategien			3	2							36	114	6	PER	6/120
Corporate Governance			3	2											
<b>MA_GOV_01 Internationales Management</b>															
Internationale Wirtschaft	3	2									36	114	6	K 120	6/120
Internationalisierungsstrategien	3	2													
<b>CP</b>			<b>30</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>30</b>									<b>120</b>
<b>SWS</b>			<b>20</b>	<b>20</b>	<b>18</b>	<b>4</b>									<b>62</b>

\*K: Klausur | HA: Hausarbeit | MB: Mündl. Beitrag | MP: Mündl. Prüfung | KM: Kolloquium | L: Lerntagebuch | PO: Portfolio | PER: Performanzprüfung | PR: Projektbericht | PB: Praxisbericht | R: Referat, ggf. inkl. schriftl. Ausarbeitung | T: Thesis | /: oder |

Curriculumsübersicht Marketingmanagement (M.A.), Teilzeit																	
Kompetenzbereiche, Module & Lehrveranstaltungen	ECTS-Credit Points (CP) / Semesterwochenstunden (SWS) je Semester												Workload-Verteilung		CP / Modul	Prüfungsform*	Gewicht für Gesamtnote
	1. Sem.		2. Sem.		3. Sem.		4. Sem.		5. Sem.		6. Sem.		Präsenz	Selbststudium			
	CP	SWS	CP	SWS	CP	SWS	CP	SWS	CP	SWS	CP	SWS					
<b>Studiengangsspezifische Module</b>																	
<b>Forschungsansätze / -methoden</b>																	
<b>MM_RES_01 Theorien für das Marketing</b>																	
Marketing-Theorien	3	2											36	114	6	HA	6/120
Forschungsansätze im Marketing	3	2															
<b>MM_RES_02 Markt- und Kundenanalyse</b>																	
Marktforschung und Marktanalyse	3	2											54	171	9	PO	9/120
Konsumentenverhalten	3	2															
Trendanalyse und Prognose			3	2													
<b>Marketingmanagement</b>																	
<b>MM_GOV_01 Strategisches Management</b>																	
Strategische Marketingplanung	3	2											36	114	6	R	6/120
CRM, Implementierung und Controlling	3	2															
<b>MM_MARK_01 Kommunikation</b>																	
*Above-the-Line*: Werbung und Werbepsychologie			3	2									54	171	9	HA / PO	9/120
Onlinemarketing und E-Commerce			3	2													
*Below-the-Line*-Kommunikation			3	2													
<b>MM_MARK_02 Produkte und Marke</b>																	
Produkt- und Markenmanagement				3	2								36	114	6	K 120	6/120
Qualitäts- und Innovationsmanagement				3	2												
<b>MM_MARK_03 Preis- und Vertriebsmanagement</b>																	
Preismanagement				3	2								36	114	6	K 120	6/120
Vertriebsmanagement				3	2												
<b>MM_MARK_04 Institutionelles Marketingmanagement</b>																	
Business-to-Business-Marketing					3	2							36	114	6	K 120	6/120
Dienstleistungsmarketing					3	2											
<b>Forschungs- und Transferkompetenz</b>																	
<b>MM_PROJ_01 Anwendungsorientiertes Forschungsprojekt</b>																	
Forschungsprojekt			4	2	4	2	4	2					54	246	12	PO	12/120
<b>MM_THES_01 Master-Modul</b>																	
Master-Seminar													36	714	30	KM	30/120
Master-Thesis																T	

Studiengangübergreifende Module																
<b>Allgemeine Managementkompetenzen</b>																
<b>MA_METH_01 Entscheidungskompetenz</b>																
Operations Research	3	2										36	114	6	K 120	6/120
Statistik	3	2														
<b>MA_ETH_01 Corporate Social Responsibility</b>																
Unternehmensethik			3	2								36	114	6	MP	6/120
Nachhaltigkeitsmanagement			3	2												
<b>MA_CHAN_01 Management von Veränderungen</b>																
Management von Veränderungen				3	2							36	114	6	R	6/120
Fallstudien Change Management				3	2											
<b>MA_SKIL_01 Ausgewählte Aspekte der Unternehmensführung</b>																
Konfliktanalyse und Verhandlungsstrategien						3	2					36	114	6	PER	6/120
Corporate Governance						3	2									
<b>MA_GOV_01 Internationales Management</b>																
Internationale Wirtschaft						3	2					36	114	6	K 120	6/120
Internationalisierungsstrategien						3	2									
<b>CP</b>	<b>24</b>	<b>22</b>	<b>22</b>	<b>22</b>	<b>22</b>	<b>30</b>										<b>120</b>
<b>SWS</b>	<b>16</b>	<b>14</b>	<b>14</b>	<b>14</b>	<b>14</b>	<b>4</b>										<b>62</b>

\*K: Klausur | HA: Hausarbeit | MB: Mündl. Beitrag | MP: Mündl. Prüfung | KM: Kolloquium | L: Lerntagebuch | PO: Portfolio | PER: Performanzprüfung | PR: Projektbericht | PB: Praxisbericht | R: Referat, ggf. inkl. schriftl. Ausarbeitung | T: Thesis | /: oder |

Der Studiengang Marketingmanagement folgt in seinem Konzept dem Leitgedanken, dass Marketingstrategien und -maßnahmen aus Basistheorien des Marketings bzw. des Konsumentenverhaltens und mit Hilfe geeigneter Methoden zur Erstellung von Wirkungsprognosen abzuleiten sind.

Die Modulstruktur folgt den zentralen Phasen des Managementprozesses: Ist-Analyse, Strategische Planung, Operative Planung und Implementierung.

Als Basis dienen daher Module, in denen zentrale theoretische Konzepte des Marketings ebenso vermittelt werden wie grundlegende wirtschaftspsychologische Theorien und Erklärungsansätze zum Kunden- bzw. Konsumentenverhalten.

Die in den Grundlagenmodulen diskutierten Theorien werden in den weiterführenden Modulen zu Marketingstrategien und Marketinginstrumenten aufgegriffen und zur Bewertung wie auch zur Ableitung von Strategien und Maßnahmen genutzt.

Um die Wirkungen von Strategien oder Maßnahmen auf die Zielgrößen des Marketings abschätzen zu können, werden außerdem die benötigten methodischen Kompetenzen in Modulen und Lehrveranstaltungen zur Statistik, zur Marktforschung oder zu Trendanalysen und Prognosen vermittelt.

Die marketingspezifischen Module werden ergänzt durch allgemeine Managementkompetenzen. Hier geht es um Schlüsselqualifikationen, die für Manager im Marketing von zentraler Bedeutung sind. So sind Marketingentscheidungen vor dem Hintergrund der in Markt und Gesellschaft stattfindenden Diskussionen zu Nachhaltigkeit und sozialer Verantwortung, in einer sich dynamisch verändernden Umwelt und im internationalen Kontext zu treffen.

Um sowohl dem wissenschaftlichen Anspruch zu genügen als auch der anwendungsorientierten Ausrichtung des Studienganges zu entsprechen, sind von den Studierenden in den Modulen sowohl wissenschaftliche Artikel, als auch praxisorientierte Fallstudien unter fachkundiger Anleitung der Dozenten und auch eigenständig zu bearbeiten. Die dabei erforderliche Transferkompetenz wird auch durch die vorgesehenen wissenschaftlichen Ausarbeitungen (anwendungsorientiertes Forschungsprojekt, Master-Thesis) vermittelt.

Die verschiedenen thematischen Inhalte und Kompetenzen werden außerdem durch eine Verknüpfung der Module vernetzt. Hierzu dienen insbesondere die Marketingtheorien und das Modul zum strategischen Marketing.

Das Curriculum im Studiengang Business Development Management dual gestaltet sich wie folgt:

Curriculumsübersicht														
Master Business Development Management (M.A.), dual														
Kompetenzbereiche, Module & Lehrveranstaltungen	ECTS-Credit Points (CP) / Semesterwochenstunden (SWS) je Semester								Workload-Verteilung		CP / Modul	Prüfungsform*	Gewicht für Gesamtnote	
	1. Sem.		2. Sem.		3. Sem.		4. Sem.		Präsenz	Selbststudium				
	CP	SWS	CP	SWS	CP	SWS	CP	SWS						
<b>Innovations- und Vertriebsmanagement</b>														
<b>BDM_MARK_01 Produktentwicklung und Innovationsmanagement</b>														
Grundlagen der marktorientierten BWL	3	2								36	114	6	K 90	6/120
Produkt- und Innovationsmanagement	3	2												
<b>BDM_MARK_02 Vertriebs- und Distributionsmanagement</b>														
Marketinginstrumente und Vertriebsplanung	3	2								36	114	6	R	6/120
Investitions- und Konsumgütermarketing	3	2												
<b>BDM_GOV_01 Marktorientierte Geschäfts- und Businessplanung</b>														
Grundlagen des Business Planning			3	2						36	114	6	K 90	6/120
Finanzielles Business Planning			3	2										
<b>BDM_MARK_03 Marktorientiertes Pricing</b>														
Preismanagement 1: Theorien und Konzepte					3	2				36	114	6	R	6/120
Preismanagement 2: Fallstudien und Anwendungen					3	2								
<b>Kunden- und Qualitätsmanagement</b>														
<b>BDM_MAN_01 Customer Relationship Management</b>														
Management von Kundenbeziehungen			3	2						36	114	6	K 120	6/120
CRM-Systeme			3	2										
<b>BDM_MAN_02 Projekt- und Qualitätsmanagement</b>														
Qualitätsmanagement			3	2						36	114	6	PO	6/120
Projektmanagement			3	2										
<b>BDM_MAN_03 Management von externen und internen Kooperationsnetzwerken</b>														
Unternehmenskooperation, Allianzen und Netzwerke					3	2				36	89	5	R	5/120
Planung von Produktions- und Dienstleistungsnetzwerken					2	2								
<b>BDM_MAN_04 Management von Geschäftsverhandlungen</b>														
Verhandlungsmanagement					3	2				36	114	6	K 90	6/120
Vertragsrecht					3	2								
<b>Management von Geschäftsfeldern</b>														
<b>BDM_GOV_02 Strategisches Geschäftsfeldmanagement</b>														
Grundlagen Business Development	3	2								36	114	6	K 90	6/120
Strategisches Management	3	2												
<b>BDM_PROD_01 Quantitative Entscheidungsunterstützung im Geschäftsfeldmanagement</b>														
Quantitative Planungsmethoden	3	2								36	89	5	K 120	5/120
Prognoseplanung	2	2												
<b>BDM_SKIL_01 Führung in Geschäftsfeldern</b>														
Führung und Mitwirkung in Teams			2	2						36	89	5	MP	5/120
Ausgewählte Bereiche der Führung in Geschäftsfeldern			3	2										
<b>BDM_PROD_02 Operatives Geschäftsfeldmanagement</b>														
Produktions- und Ressourcenmanagement					3	2				36	89	5	K 120	5/120
Betriebliche Anwendungssysteme					2	2								
<b>Praxistransfer</b>														
<b>BDM_APP_01_D Angewandte Geschäftsfeldanalyse</b>														
Transferprojekt Geschäftsfeldanalyse	6	0								0	150	7	HA	7/120
Seminar Wissenschaftliches Arbeiten	1	2								25	0			
<b>BDM_APP_02_D Angewandte Kunden- und Marktanalyse</b>														
Transferprojekt Kunden- und Marktanalyse			6	0						0	150	7	HA	7/120
Seminar Qualität wissenschaftlicher Arbeiten			1	2						25	0			
<b>BDM_APP_03_D Angewandte Geschäftsfeldplanung</b>														
Transferprojekt Geschäftsfeldplanung					7	0				0	175	8	HA	8/120
Seminar Praxisnutzen wissenschaftlicher Arbeiten					1	2				25	0			
<b>BDM_APP_04 Master-Modul</b>														
Master-Seminar							5	2		125	625	30	KM	30/120
Master-Thesis							25	0					T	
<b>CP</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>30</b>							<b>120</b>	
<b>SWS</b>	<b>18</b>	<b>18</b>	<b>18</b>	<b>18</b>	<b>18</b>	<b>2</b>							<b>56</b>	

\*HA: Hausarbeit | K: Klausur | KM: Kolloquium | L: Lerntagebuch | MB: Mündl. Beitrag | MP: Mündl. Prüfung | PB: Praxisbericht | PER: Performanzprüfung | PO: Portfolio | PR: Projektbericht | R: Referat ggf. inkl. schriftl. Ausarbeitung | T: Thesis | /: oder |

Das Curriculum des Studienganges Business Development Management Vollzeit gestaltet sich wie folgt:

Curriculumsübersicht														
Master Business Development Management (M.A.), Vollzeit														
Kompetenzbereiche, Module & Lehrveranstaltungen	ECTS-Credit Points (CP) / Semesterwochenstunden (SWS) je Semester								Workload-Verteilung		CP / Modul	Prüfungsform*	Gewicht für Gesamtnote	
	1. Sem.		2. Sem.		3. Sem.		4. Sem.		Präsenz	Selbststudium				
	CP	SWS	CP	SWS	CP	SWS	CP	SWS						
<b>Innovations- und Vertriebsmanagement</b>														
<b>BDM_MARK_01 Produktentwicklung und Innovationsmanagement</b>														
Grundlagen der marktorientierten BWL	3	2							36	114	6	K 90	6/120	
Produkt- und Innovationsmanagement	3	2												
<b>BDM_MARK_02 Vertriebs- und Distributionsmanagement</b>														
Marketinginstrumente und Vertriebsplanung	3	2							36	114	6	R	6/120	
Investitions- und Konsumgütermarketing	3	2												
<b>BDM_GOV_01 Marktorientierte Geschäfts- und Businessplanung</b>														
Grundlagen des Business Planning			3	2					36	114	6	K 90	6/120	
Finanzielles Business Planning			3	2										
<b>BDM_MARK_03 Marktorientiertes Pricing</b>														
Preismanagement 1: Theorien und Konzepte					3	2			36	114	6	R	6/120	
Preismanagement 2: Fallstudien und Anwendungen					3	2								
<b>Kunden- und Qualitätsmanagement</b>														
<b>BDM_MAN_01 Customer Relationship Management</b>														
Management von Kundenbeziehungen			3	2					36	114	6	K 120	6/120	
CRM-Systeme			3	2										
<b>BDM_MAN_02 Projekt- und Qualitätsmanagement</b>														
Qualitätsmanagement			3	2					36	114	6	PO	6/120	
Projektmanagement			3	2										
<b>BDM_MAN_03 Management von externen und internen Kooperationsnetzwerken</b>														
Unternehmenskooperationen, Allianzen und Netzwerke					3	2			36	89	5	R	5/120	
Planung von Produktions- und Dienstleistungsnetzwerken					2	2								
<b>BDM_MAN_04 Management von Geschäftsverhandlungen</b>														
Verhandlungsmanagement					3	2			36	114	6	K 90	6/120	
Vertragsrecht					3	2								
<b>Management von Geschäftsfeldern</b>														
<b>BDM_GOV_02 Strategisches Geschäftsfeldmanagement</b>														
Grundlagen Business Development	3	2							36	114	6	K 90	6/120	
Strategisches Management	3	2												
<b>BDM_PROD_01 Quantitative Entscheidungsunterstützung im Geschäftsfeldmanagement</b>														
Quantitative Planungsmethoden	3	2							36	89	5	K 120	5/120	
Prognoseplanung	2	2												
<b>BDM_SKIL_01 Führung in Geschäftsfeldern</b>														
Führung und Mitwirkung in Teams			3	2					36	89	5	MP	5/120	
Ausgewählte Bereiche der Führung in Geschäftsfeldern			2	2										
<b>BDM_PROD_02 Operatives Geschäftsfeldmanagement</b>														
Produktions- und Ressourcenmanagement					3	2			36	89	5	K 120	5/120	
Betriebliche Anwendungssysteme					2	2								
<b>Praxistransfer</b>														
<b>BDM_APP_01 Angewandte Geschäftsfeldanalyse</b>														
Fallstudie Geschäftsfeldanalyse	6	0							0	150		7	HA	7/120
Seminar Wissenschaftliches Arbeiten	1	0							25	0				
<b>BDM_APP_02 Angewandte Kunden- und Marktanalyse</b>														
Fallstudie Kunden- und Marktanalyse			6	0					0	150		7	HA	7/120
Seminar Qualität wissenschaftlicher Arbeiten			1	0					25	0				
<b>BDM_APP_03 Angewandte Geschäftsfeldplanung</b>														
Fallstudie Geschäftsfeldplanung					7	0			0	175		8	HA	8/120
Seminar Praxisnutzen wissenschaftlicher Arbeiten					1	0			25	0				
<b>BDM_APP_04 Master-Modul</b>														
Master-Seminar							5	0	125	625	30	KM	30/120	
Master-Thesis							25	0			T			
<b>CP</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>30</b>			<b>120</b>			
<b>SWS</b>	<b>16</b>	<b>16</b>	<b>16</b>	<b>16</b>	<b>16</b>	<b>16</b>	<b>16</b>	<b>0</b>			<b>48</b>			

\*HA: Hausarbeit | K: Klausur | KM: Kolloquium | L: Lerntagebuch | MB: Mündl. Beitrag | MP: Mündl. Prüfung | PB: Praxisbericht | PER: Performanzprüfung | PO: Portfolio | PR: Projektbericht | R: Referat ggf. inkl. schriftl. Ausarbeitung | T: Thesis | /: oder |

Das Curriculum des Studienganges Business Development Management Teilzeit gestaltet sich wie folgt:

Curriculumübersicht														Master Business Development Management (M.A.), Teilzeit, berufsbegleitend			
Kompetenzbereiche, Module & Lehrveranstaltungen	ECTS-Credit Points (CP) / Semesterwochenstunden (SWS) je Semester										Workload-Verteilung		CP / Modul	Prüfungsform*	Gewicht für Gesamnote		
	1. Sem.		2. Sem.		3. Sem.		4. Sem.		5. Sem.		6. Sem.					Präsenz	Selbststudium
	CP	SWS	CP	SWS	CP	SWS	CP	SWS	CP	SWS	CP	SWS					
<b>Innovations- und Vertriebsmanagement</b>																	
<b>BDM_MARK_01 Produktentwicklung und Innovationsmanagement</b>																	
Grundlagen der marktorientierten BWL	3	2											36	114	6	K 90	6/120
Produkt- und Innovationsmanagement	3	2															
<b>BDM_MARK_02 Vertriebs- und Distributionsmanagement</b>																	
Marketinginstrumente und Vertriebsplanung			3	2									36	114	6	R	6/120
Investitions- und Konsumgütermarketing			3	2													
<b>BDM_GOV_01 Marktorientierte Geschäfts- und Businessplanung</b>																	
Grundlagen des Business Planning					3	2							36	114	6	K 90	6/120
Finanzielles Business Planning					3	2											
<b>BDM_MARK_03 Marktorientiertes Pricing</b>																	
Preismanagement 1: Theorien und Konzepte					3	2							36	114	6	R	6/120
Preismanagement 2: Fallstudien und Anwendungen							3	2									
<b>Kunden- und Qualitätsmanagement</b>																	
<b>BDM_MAN_01 Customer Relationship Management</b>																	
Management von Kundenbeziehungen	3	2											36	114	6	K 120	6/120
CRM-Systeme			3	2													
<b>BDM_MAN_02 Projekt- und Qualitätsmanagement</b>																	
Qualitätsmanagement			3	2									36	114	6	PO	6/120
Projektmanagement			3	2													
<b>BDM_MAN_03 Management von externen und internen Kooperationsnetzwerken</b>																	
Unternehmenskooperationen, Allianzen und Netzwerke							3	2					36	89	5	R	5/120
Planung von Produktions- und Dienstleistungsnetzwerken							2	2									
<b>BDM_MAN_04 Management von Geschäftsverhandlungen</b>																	
Verhandlungsmanagement							3	2					36	114	6	K 90	6/120
Vertragsrecht							3	2									
<b>Management von Geschäftsfeldern</b>																	
<b>BDM_GOV_02 Strategisches Geschäftsfeldmanagement</b>																	
Grundlagen Business Development					3	2							36	114	6	K 90	6/120
Strategisches Management							3	2									
<b>BDM_PROD_01 Quantitative Entscheidungsunterstützung im Geschäftsfeldmanagement</b>																	
Quantitative Planungsmethoden					3	2							36	89	5	K 120	5/120
Prognoseplanung							2	2									
<b>BDM_SKIL_01 Führung in Geschäftsfeldern</b>																	
Führung und Mitwirkung in Teams	3	2											36	89	5	MP	5/120
Ausgewählte Bereiche der Führung in Geschäftsfeldern	2	2															
<b>BDM_PROD_02 Operatives Geschäftsfeldmanagement</b>																	
Produktions- und Ressourcenmanagement							3	2					36	89	5	K 120	5/120
Betriebliche Anwendungssysteme							2	2									
<b>Praxistransfer</b>																	
<b>BDM_APP_01_D Angewandte Geschäftsfeldanalyse</b>																	
Transferprojekt Geschäftsfeldanalyse		6	0									0	150		7	HA	7/120
Seminar Wissenschaftliches Arbeiten		1	2									25	0				
<b>BDM_APP_02_D Angewandte Kunden- und Marktanalyse</b>																	
Transferprojekt Kunden- und Marktanalyse				6	0							0	150		7	HA	7/120
Seminar Qualität wissenschaftlicher Arbeiten				1	2							25	0				
<b>BDM_APP_03_D Angewandte Geschäftsfeldplanung</b>																	
Transferprojekt Geschäftsfeldplanung							7	0				0	175		8	HA	8/120
Seminar Praxisnutzen wissenschaftlicher Arbeiten							1	2				25	0				
<b>BDM_APP_04 Master-Modul</b>																	
Master-Seminar									5	2		18	732	30	KM		30/120
Master-Thesis									25	0				T			
<b>CP</b>				<b>30</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>30</b>						<b>120</b>			
<b>SWS</b>				<b>18</b>	<b>18</b>	<b>18</b>	<b>18</b>	<b>2</b>						<b>56</b>			

\*HA: Hausarbeit | K: Klausur | KM: Kolloquium | L: Lerntagebuch | MB: Mündl. Beitrag | MP: Mündl. Prüfung | PB: Praxisbericht | PER: Performanzprüfung | PO: Portfolio | PR: Projektbericht | R: Referat ggf. inkl. schriftl. Ausarbeitung | T: Thesis | /: oder |

Im Mittelpunkt der Master-Studiengänge Business Development Management (dual) und Business Development Management (Vollzeit/Teilzeit) steht die Vermittlung von strategischen Kompetenzen, die dazu dienen, Geschäftsfelder zu entwickeln, operativen Aufgaben in der Gestaltung und Abstimmung der Leistungserstellungsprozesse zur Umsetzung strategischer Geschäftsfeldstrategien nachzukommen. Die Vermittlung innerbetrieblicher wie auch außerbetrieblicher Koordinationsaufgaben runden das Profil der Studiengänge ab.

Der betriebswirtschaftliche Aspekt der Kompetenzvermittlung äußert sich in einer Markt- und Kundenorientierung der Inhalte der folgenden Modulbereiche: Innovations- und Vertriebsmanagement, Management von Geschäftsfeldern, Kunden- und Qualitätsmanagement.

Im Kompetenzbereich Innovations- und Vertriebsmanagement stehen strategische Aufgaben im Vordergrund. Die Studierenden erlernen Fertigkeiten und Kenntnisse zur marktorientierten Ausrichtung eines Unternehmens, sowohl auf Produkt- als auch Prozessebene. Hierzu dienen die Module Produktentwicklung und Innovationsmanagement, Vertriebs- und Distributionsmanagement, Marktorientierte Geschäfts- und Businessplanung sowie Marktorientiertes Pricing.

Der Kompetenzbereich Management von Geschäftsfeldern konzentriert sich auf die operativen Unternehmensbereiche. Hier erlernen die Studierenden die zur Umsetzung strategischer Vorgaben notwendigen Fertigkeiten in der Gestaltung und dem Management von Leistungserstellungsprozessen. Die Verbindung zu den strategischen Unternehmenszielen und den operativen Methoden wird durch die Module Strategisches Geschäftsfeldmanagement, Quantitative Entscheidungsunterstützung im Geschäftsfeldmanagement, Führung in Geschäftsfeldern und Operatives Geschäftsfeldmanagement hergestellt.

Der Kompetenzbereich Kunden- und Qualitätsmanagement legt den Fokus auf die Vermittlung von Koordinationsfertigkeiten zur Ausübung einer Schnittstellenfunktion sowohl innerhalb als auch außerhalb des Unternehmens. Dabei wird den Studierenden stets die Perspektive der Kunden vermittelt sowie den Qualitätsbegriff im Spannungsfeld zwischen Betrieb und Kunden zu betrachten. Hierzu dienen die Module Customer Relationship Management, Projekt- und Qualitätsmanagement, Management von externen und internen Kooperationsnetzwerken sowie Management von Geschäftsverhandlungen.

Der Kompetenzbereich Praxistransfer stellt die direkte Anwendung der in den übrigen Kompetenzbereichen erlernten Kenntnisse sicher und beinhaltet die wissenschaftliche Herangehensweise an betriebliche Problemstellungen. Zu den Inhalten der oberen drei Kompetenzbereiche ist je ein entsprechendes Modul im Kompetenzbereich Praxistransfer vorgesehen, in den für den Studiengang Business Development Management (dual) Transferprojekte im Unternehmen bzw. für den Studiengang Business Development Management (Vollzeit/Teilzeit) Fallstudien sowie die zugehörige wissenschaftliche Gestaltung eingeschlossen sind. So ist im ersten Semester das Modul Angewandte Geschäftsfeldanalyse vorgesehen, im zweiten Semester das Modul Angewandte Kunden- und Marktanalyse und im dritten Semester das Modul Angewandte Geschäftsfeldplanung. So werden die Studierenden aus wissenschaftlicher Sicht schrittweise auf eine Kompetenzebene gebracht, die sie in die Lage versetzt im abschließenden Modul Master-Thesis eine anwendungsorientierte Forschungsarbeit anzufertigen. Die erläuterte Verzahnung zwischen Theorie und Praxis bildet das folgende Schaubild ab:

**BUSINESS DEVELOPMENT MANAGEMENT (MASTER OF ARTS)**  
 DUALER MASTERSTUDIENGANG IN TEILZEIT



**Bewertung:**

Die Curricula tragen den Zielen der Studiengänge angemessen Rechnung und gewährleisten die angestrebte Kompetenzentwicklung und Berufsbefähigung. Es umfasst die Vermittlung von Fachwissen und fachübergreifendem Wissen sowie von fachlichen, methodischen und generischen Kompetenzen. Die Module sind inhaltlich ausgewogen und sinnvoll miteinander verknüpft. Die definierten Lernergebnisse entsprechen den Anforderungen des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse. Die Abschluss- und die Studiengangsbezeichnung entsprechen der inhaltlichen Ausrichtung und den nationalen Vorgaben. Die Prüfungsleistungen und die Abschlussarbeit sind wissens- und kompetenzorientiert und dienen der Feststellung, ob die formulierten Qualifikationsziele erreicht wurden. Jedes Modul schließt in der Regel mit einer das gesamte Modul umfassenden Prüfung ab.

	Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
3.1 Inhaltliche Umsetzung			
3.1.1 Logik und konzeptionelle Geschlossenheit des Curriculums	X		
3.1.2 Begründung der Abschluss- und Studiengangsbezeichnung	X		
3.1.3 Prüfungsleistungen und Abschlussarbeit	X		

**3.2 Strukturelle Umsetzung**

Regelstudienzeit	HRM, LMM, MDM, MMM, BUDMvztz: 4 Semester Vollzeit, 6 Semester Teilzeit BUDM dual: 4 Semester
Anzahl der zu erwerbenden CP	120

Studentische Arbeitszeit pro CP	25
Anzahl der Module der Studiengänge	HRM 14 LMM 15 MDM 15 MMM 14 BUDMvztz 16 BUDMdual 16
Module mit einer Größe unter 5 CP inklusive Begründung	LMM: Modul LMM_LAW_01 – 3 CP Die Inhalte des Moduls ließen sich in kein anderes Modul sinnvoll integrieren.
Bearbeitungsdauer der Abschlussarbeit und deren Umfang in CP	HRM, LMM, MDM, MMM, BUDMvztz: Vollzeit 16 Wochen, Teilzeit 32 Wochen BUDMdual: 16 Wochen Alle Studiengänge: 25 CP

	Wo geregelt in der Prüfungsordnung?
Anerkennung von an anderen Hochschulen erbrachten Leistungen	§ 12
Anrechnung von außerhochschulisch erbrachten Leistungen	§ 13
Nachteilsausgleich für Studierende mit Behinderung	§§ 15 und 20
Studentische Arbeitszeit pro CP	§ 19
Relative Notenvergabe oder Einstufungstabelle nach ECTS	§ 18
Vergabe eines Diploma Supplements	§§ 18 und 32

Die Modulbeschreibungen geben Auskunft über das Semester, in dem sie zu belegen sind, über den Modulverantwortlichen, die Anzahl der ECTS-Credits, den Workload in Stunden, der für die Präsenzzeiten gesondert ausgewiesen ist, die Unterrichtssprache, darüber ob es sich um ein Pflicht- oder ein Wahlpflichtmodul handelt, über die Häufigkeit des Angebots, die Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge und den Zusammenhang der Moduls mit anderen Modulen in demselben Studiengang, die Lehrmethoden, die Dauer, die Zugangsvoraussetzungen, über die Prüfungsformen, weiterhin über die Gewichtung der Modulnote, die besonderen Charakteristika, die empfohlene Literatur, die Inhalte und die Lernergebnisse, Im Modul Wahlfächer des Studienganges MDM stellt die Hochschule exemplarisch Managementkonzepte und -techniken sowie Consulting zur Wahl. Die Hochschule plant weitere Wahlfächer einzurichten, die auf die Bedürfnisse der Studierenden eingehen, um so den Studiengang fortzuentwickeln.

Es gibt eine Studien- und Prüfungsordnung (SPO) für alle Master-Studiengänge an der Hochschule. Hinsichtlich der Anerkennung außerhochschulisch erworbener Kompetenzen erklärt § 13 SPO: „Außerhalb der Hochschule erworbene Qualifikationen können auf Antrag bis maximal zur Hälfte der im Studiengang zu erwerbenden ECTS-Punkte angerechnet werden, sofern die Gleichwertigkeit festgestellt werden kann. Falls das beantragte Anrechnungsvolumen mehr als die Hälfte der nachzuweisenden Credit Points umfasst, besteht eine erhöhte Begründungslast; im Zweifel ist die überhöftige Anrechnung daher unzulässig.“

Die Vergabe einer relativen ECTS-Note ist in § 18 SPO geregelt. Dort heißt es: „Zur Bildung der ECTS-Note werden die Noten der letzten drei Studienjahrgänge als Grundgesamtheit herangezogen (Kohorte). Liegen Noten von weniger als drei Jahrgängen vor, wird die relative Note gemäß der Verteilung der Noten in allen vergleichbaren Masterstudiengängen des jeweiligen Jahrgangs vergeben. Die ECTS-Note wird im Diploma Supplement ausgewiesen.“ Hinsichtlich aller vorliegenden Studiengänge sind mehrere vergleichbare Masterstudiengänge an der Hochschule vorhanden.

Nach der eingereichten Curriculumsübersicht beträgt der Workload in der Vollzeitvariante der Studiengänge Human Resource Management, Logistikmanagement, Management in dynamischen Märkten, Marketingmanagement und Business Development Management (Vollzeit) sowie Business Development Management (dual) in allen vier Semestern 30 CP. In den Teilzeitvarianten aller Studiengänge sind 90 CP ohne nennenswerte Schwankungen gleichmäßig auf die ersten vier Semester verteilt. Der höchste Workload pro Semester beträgt hier 25 CP. Die Semester fünf und sechs dienen der Anfertigung der Master-Thesis (25 CP) und dem Besuch des Master-Seminars (5 CP). Der Bearbeitungszeitraum der Thesis beträgt 32 Wochen. Da ein Semester höchstens 23 Wochen umfasst, kann die Thesis nicht in einem Semester angefertigt werden. Daher erstreckt sie sich auf zwei Semester. Damit ist gewährleistet, dass die Bearbeitungszeit im Zweifelsfall verlängert werden kann. Das die Thesis begleitende Master-Seminar ist auf zwei Semester angelegt. Diese Art der Workloadverteilung hat sich bei der bisherigen Durchführung der Studiengänge bewährt. Insgesamt wird damit nach Angabe der Hochschule eine adäquate und belastungsangemessene Arbeitsbelastung und Prüfungsdichte in den Teilzeitmodellen sichergestellt.

Für die Studienberatung stehen den Studierenden die Mitarbeiter in der Studienberatung und im Prüfungsamt sowie die Lehrenden zur Verfügung. Sie sind persönlich, telefonisch oder per Mail zu erreichen.

Die Praxistransfermodule im Studiengang Business Development Management (dual) teilen sich in das Projekt, das im Unternehmen absolviert wird und eine begleitende Veranstaltung in der Hochschule. Weil gemäß der Praxisordnung die Bearbeitung der Praxisprojekte und der Master-Thesis im Unternehmen erfolgt, ergibt sich eine Arbeitsbelastung von höchstens 24 CP im Semester. Für die Praxisanteile werden insgesamt 19 CP vergeben (zur genauen Ausgestaltung des Verhältnisses zwischen Studierenden, Unternehmen und Hochschule siehe Kapitel 4.2).

Die Dokumentation der Master-Studiengänge erfolgt über Internet, Informationsbroschüren, die studiengangsbezogenen Ordnungen sowie das Masterhandbuch. Mindestens einmal monatlich findet eine Informationsveranstaltung statt, in der das Studienkonzept sowie die Studienangebote durch Mitarbeiter, insbesondere Professoren der Fachhochschule präsentiert werden. Vor Studienstart erhalten alle Studierenden ein Masterhandbuch, in dem der Studienverlauf, der Prüfungsplan und die Studien- und Prüfungsordnung des von ihnen gewählten Studienganges enthalten sind.

## Bewertung:

Die Struktur dient der Umsetzung des Curriculums und fördert den Kompetenzerwerb der Studierenden. Die Studiengänge sind modularisiert; dabei sind die Workload-Angaben klar und nachvollziehbar hergeleitet.

Hinsichtlich des Studienganges Management in dynamischen Märkten sprechen die Gutachter der Hochschule gegenüber die Empfehlung aus, bei der Weiterentwicklung des Studienganges besonderen Augenmerk auf die Inhalte und Learning Outcomes der Wahlfächer zu legen. Diese Weiterentwicklung ist im Rahmen einer allfälligen Re-Akkreditierung zu prüfen. Wenige Seminare schließen mit mehreren Prüfungen ab, die von der Hochschule als Portfolioprüfungen deklariert werden ab. Die Gutachter konnten die Begründung der Hochschule, dass sich die Inhalte dieser Module nicht sinnvoll durch eine einzige übergreifende Prüfung abprüfen lassen, nachvollziehen. Sie monieren jedoch, dass aus den Beschreibungen der Module HRM\_RES\_01, LMM\_MARK\_01, MM\_RES\_02 und BDM\_MAN\_02 nicht zweifelsfrei oder gar nicht hervorgeht, welche Art Prüfung die Studierenden zu absolvieren haben. Es sind lediglich Beispiele für Prüfungsformen festgelegt oder die Modulbeschreibungen geben keine konkrete Prüfungsform an. Die Gutachter regen an, entweder in den Modulbeschrei-

bungen abschließend zu regeln, welche Art Prüfung der Studierende zu absolvieren hat oder in der SPO zu regeln, dass zu Beginn des Semesters vom Dozenten für die Studierenden transparent festgelegt wird, welche Art der Prüfung zu absolvieren ist.

Daher empfehlen die Gutachter, der Hochschule gegenüber hinsichtlich der Modularisierung die **Auflage** auszusprechen, dass die Hochschule hinsichtlich der Module HRM-RES\_01, LMM\_MARK\_01, MM\_RES\_02 und BDM\_MAN\_02 in den Modulbeschreibungen die Art der Prüfungen, die zu absolvieren sind, abschließend regelt oder für eine verbindliche Regelung in der SPO sorgt, so dass für die Studierenden spätestens zu Beginn der Veranstaltungen in den genannten Modulen transparent ist, mit welcher Prüfung sie abschließen (*Rechtsquelle: Ziff. 1.1, 2 e) der der Rahmenvorgaben für die Einführung von Leistungspunktsystemen*).

Im Übrigen enthalten die Modulbeschreibungen alle erforderlichen Informationen gemäß den KMK-Strukturvorgaben.

Vorgesehene Praxisanteile werden so gestaltet, dass CP erworben werden können. Module umfassen in der Regel mindestens 5 CP. Eine Ausnahme ist das Modul Wirtschafts-, Transport- und Logistikrecht im Studiengang Logistikmanagement. Die Gutachter halten die Begründung der Hochschule für plausibel, dass sich das mit 3 CP kreditierte Modul nicht in andere Module sinnvoll integrieren lässt. Die Studiengänge sind so gestaltet, dass sie Zeiträume für Aufenthalte an anderen Hochschulen und in der Praxis ohne Zeitverlust bieten. Da mit Ausnahme der Studiengänge Business Development Management (dual) und Business Development Management (Vollzeit) alle Studiengänge semesterübergreifende Module aufweisen, sind diese Zeiträume zwar reduziert, jedoch in ausreichendem Maße vorhanden. Studiengang, Studienverlauf und Prüfungsanforderungen sind dokumentiert und veröffentlicht. Die Gesamtregelstudienzeit beträgt im Vollzeitstudium fünf Jahre (zehn Semester).

Es existiert eine rechtskräftige Prüfungsordnung, sie wurde einer Rechtsprüfung unterzogen. Die Vorgaben für die Studiengänge sind darin unter Einhaltung der nationalen und landesspezifischen Vorgaben weitgehend umgesetzt. Anerkennungsregeln für an anderen Hochschulen erbrachte Leistungen gemäß der Lissabon Konvention sind festgelegt. Ein Anspruch auf Nachteilsausgleich für Studierende mit Behinderung hinsichtlich zeitlicher und formaler Vorgaben im Studium sowie bei allen abschließenden oder studienbegleitenden Leistungsnachweisen ist sichergestellt. Die Abschlussnote wird auch mit einer relativen Note angegeben. Die Anerkennung von außerhochschulisch erbrachten Leistungen ist in der SPO geregelt. Jedoch monieren die Gutachter, dass die derzeitige Regelung die Möglichkeit eröffnet, eine Anrechnung von mehr als der Hälfte der im Studiengang zu erwerbenden ECTS-Punkte vorzunehmen.

Die Gutachter empfehlen daher hinsichtlich aller Studiengänge, der Hochschule gegenüber die **Auflage** auszusprechen, dass die SPO regelt, dass die Anrechnung außerhochschulisch erbrachter Leistungen ohne Ausnahme lediglich bis zur Hälfte der im Studiengang zu erwerbende ECTS-Punkte möglich ist (*Rechtsquelle: Ziff. A 1. der Ländergemeinsamen Strukturvorgaben*).

Die Studierbarkeit wird durch die Berücksichtigung der erwarteten Eingangsqualifikationen, eine geeignete Studienplangestaltung, eine adäquate und belastungsangemessene Prüfungsdichte und -organisation, Betreuungs- und Beratungsangebote und gewährleistet.

Legt man der Workloadberechnung für die Teilzeitvarianten der Studiengänge modellhaft eine Vorlesungszeit von 23 Wochen pro Semester zugrunde, so ergibt sich bei 25 CP im Semester eine wöchentliche Arbeitsbelastung von 27 Stunden. Da eine Reduzierung der Arbeitszeit lediglich empfohlen wird, muss im Zweifelsfall davon ausgegangen werden, dass die Studierenden Vollzeit, 40 Stunden pro Woche, arbeiten. Somit ergibt sich möglicherweise insgesamt eine wöchentliche Arbeitsbelastung von 67 Stunden. Aufgrund der Gespräche mit den Studierenden und auf Grundlage der Evaluationsergebnisse sehen die Gutachter die Teilzeitvarianten der Studiengänge als noch studierbar an. Geringfügig niedriger ist der Workload in den ersten zwei Semestern im Studiengang Business Development Management (dual). Auch hier sehen die Gutachter die Studierbarkeit als noch gewährleistet an.

Sie sprechen die Empfehlung aus, dass die Hochschule ein besonderes Augenmerk darauf verwendet, im Rahmen von Evaluationen ein besonderes Augenmerk darauf zu verwenden und zu prüfen, ob die Studierbarkeit der Teilzeitvarianten aller Studiengänge und des Studienganges Business Development (dual) den Workload betreffend gegeben ist. Dies ist im Rahmen einer allfälligen Re-Akkreditierung zu prüfen.

Die Belange von Studierenden mit Behinderung werden berücksichtigt.

		Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
3.2	Strukturelle Umsetzung			
3.2.1	Struktureller Aufbau und Modularisierung	X	Auflage (HRM, LMM, MMM, BUDM <sub>dual</sub> , BUDM <sub>vztz</sub> )	
3.2.2	Studien- und Prüfungsordnung		Auflage	
3.2.3	Studierbarkeit	X		

### 3.3 Didaktisches Konzept

Das didaktische Konzept für sämtliche Studiengänge umfasst die folgenden Eckpunkte:

Die eingesetzten Lehrveranstaltungsarten können, je nach angestrebtem Learning Outcome des jeweiligen Moduls, Vorlesungen, Übungen, Projekte, Kolloquien, Seminare, Exkursionen oder eine Kombination dieser Lehrveranstaltungsarten sein.

Zu jeder Lehrveranstaltung werden den Studierenden in der Regel Skripte zur Verfügung gestellt. Zur Ermöglichung weiterführender Selbststudien werden geeignete Literaturhinweise gegeben. Bei Bedarf umfassen die Skripte Übungsaufgaben zur Festigung der Lehrinhalte. Lernmaterialien werden den Studierenden auch in digitaler Form übermittelt, die ihnen auch über die EUFH-Lernplattform zur Verfügung gestellt werden.

Ein weiteres Element des didaktischen Konzepts ist das Studium in Gruppen von maximal 30 Studierenden. Dieses erlaubt den Einsatz stärker aktivierender didaktischer Formen wie Projektarbeiten.

Im Studiengang Business Development Management (dual) findet eine deutliche Integration von Theorie und Praxis statt. Diesem Ziel dienen drei Transferprojekte, die in den ersten drei Semestern den fortwährenden Wechsel von Theorie- und Praxisphasen bedingen und die Verzahnung von Theorie und Praxis gewährleistet.

#### Bewertung:

Das didaktische Konzept der Studiengänge ist nachvollziehbar und auf das Studiengangsziel hin ausgerichtet. In den Studiengängen sind adäquate Lehr- und Lernformen vorgesehen. Die Gutachter konnten sich bei der Begehung vor Ort davon überzeugen, dass die begleitenden Lehrveranstaltungsmaterialien dem zu fordernden Niveau entsprechen und zeitgemäß sind.

		Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
3.3	Didaktisches Konzept	X		

## 4 Wissenschaftliches Umfeld und Rahmenbedingungen

### 4.1 Personal

Nach den Angaben der Hochschule sieht der Stellenplan der EUFH zurzeit 32 Professuren vor. Aktuell sind 31 Stellen besetzt. Drei weitere Professuren befinden sich im Besetzungsverfahren. Es handelt sich ausschließlich um hauptberuflich tätige Professoren, die die Einstellungs Voraussetzungen gemäß § 36 Hochschulzukunftsgesetz Nordrhein-Westfalen erfüllen. Die Lehre wird nach Angaben der Hochschule zu 50 Prozent von diesen festangestellten Professoren getragen. Diese Angaben beziehen sich laut Aussage der Hochschule lediglich auf den Standort Köln, weil nur dort die Lehrveranstaltungen der Master-Studiengänge Human Resource Management, Logistikmanagement, Management in dynamischen Märkten und Marketingmanagement stattfinden. Zusätzlich zu den hauptberuflichen Professoren existiert ein Pool von circa 90 externen Lehrbeauftragten. Zudem unterstützen externe Berufspraktiker die Theorie-Praxis-Verknüpfung im Studiengang. Das Verfahren zur Berufung der Professoren ist in der Berufungsordnung festgelegt. Die hauptberuflichen Dozenten werden durch eine Berufungskommission ausgewählt. Der Berufungskommission gehören drei hauptberuflich beschäftigte Professoren, ein Vertreter der wissenschaftlichen Mitarbeiter, ein Mitglied aus der Gruppe der Studierenden und ein externes Mitglied an. Sie wird durch den Vizepräsidenten für Forschung geleitet. Die Einstellungs Voraussetzungen orientieren sich an den für öffentliche Fachhochschulen vorgesehenen Regelungen: wissenschaftliche Befähigung (Promotion), mindestens 5-jährige Berufspraxis, davon mindestens 3 Jahre außerhalb des Hochschulbereichs, sowie pädagogische Eignung.

Hochschuldidaktische Qualifizierungsmaßnahmen (z. B. „Problem Based Learning“, „Kompetenzorientiertes Prüfen“, Begleitetes Selbststudium“) werden angeboten. Außerdem führt der Vizepräsident für das duale Studium bei neuen Lehrkräften Hospitationen durch. Ihr Arbeitsvertrag verpflichtet hauptberufliche Dozenten generell zur Teilnahme an Weiterbildungsmaßnahmen. Sie haben die Möglichkeit, an Veranstaltungen im Rahmen des Seminarprogramms des Hochschuldidaktischen Netzwerkes NRW teilzunehmen.

Die Organisation und Kontrolle der einzelnen Studiengänge obliegt dem Studiengangsleiter in Abstimmung mit der Hochschulleitung und fakultativ dem Dekan. Der Studiengangsleiter ist zuständig für die Gestaltung, Entwicklung und Qualitätssicherung der Lehrpläne, die Aufteilung und Organisation der Lehre.

Im Rahmen einer hochschulweiten Kapazitätsplanung wird der Einsatz der Lehrenden semesterweise vom Studiengangsleiter und vom Dekan des Fachbereichs gemeinsam mit dem Hochschulmanagement festgelegt, wobei die Ergebnisse der vorhergehenden Lehrevaluierungen berücksichtigt werden.

Was die Verwaltungsunterstützung anbelangt, so können sich Studierende und Lehrende in allen nicht-akademischen Fragen zunächst an das Studierendensekretariat wenden. Für spezifische Fragen stehen ferner das Prüfungsamt, das International Office, die Abteilung Unternehmenskooperationen, die Studiengangsorganisation, die Marketing- und die IT-Abteilung zur Verfügung. Die genannten Abteilungen verfügen an allen Standorten der Hochschule über Mitarbeiter, die dort jeweils die Betreuung und Unterstützung von Studierenden und Lehrenden leisten. Maßnahmen zur Weiterqualifizierung des Verwaltungspersonals werden nach Auskunft der Hochschule bedarfsbezogen durchgeführt. Dazu gehören zum Beispiel EDV-Kurse.

#### Bewertung:

Anzahl und Struktur des Lehrpersonals korrespondieren bezüglich der Studiengänge Human Resource Management, Logistikmanagement, Management in dynamischen Märkten und Marketingmanagement für den Standort Köln, auch unter Berücksichtigung der Mitwirkung in anderen Studiengängen mit den Anforderungen der Studiengänge. Jedoch monieren die Gutachter, dass noch keine vollständigen Angaben zum Lehrpersonal für die Studiengänge

Business Development Management (dual) und Business Development Management (Vollzeit/Teilzeit) vorliegen, die ab dem 01. Januar 2016 durchgeführt werden sollen. Ebenso liegen keine Angaben zu Struktur und Anzahl des Lehrpersonals der Studiengänge Human Resource Management, Logistikmanagement, Management in dynamischen Märkten und Marketingmanagement für die Standorte Brühl, Neuss und Aachen vor, bezüglich derer die Hochschule sich vorbehält, die Studiengänge dort zukünftig zu starten.

Die Gutachter empfehlen daher, der Hochschule gegenüber die **Auflage** auszusprechen, dass sie hinsichtlich der Studiengänge Business Development Management (dual) und Business Development Management (Vollzeit/Teilzeit) bezüglich der Standorte Brühl, Neuss, Köln und Aachen und hinsichtlich der Studiengänge Human Resource Management, Logistikmanagement, Management in dynamischen Märkten und Marketingmanagement für die Standorte Brühl, Neuss und Aachen bis zum Studienstart nachweist, dass Anzahl und Struktur des Lehrpersonals auch unter Berücksichtigung der Mitwirkung in anderen Studiengängen korrespondieren und den nationalen Vorgaben entsprechen (*Rechtsquelle: Ziff. 2.7 der Regeln des Akkreditierungsrates*).

Die Gutachter konnten sich im Gespräch mit den Lehrenden und dem Personal davon überzeugen, dass Maßnahmen zur Personalentwicklung und -qualifizierung des Lehrpersonals vorhanden sind.

Die Studiengangsleitung organisiert und koordiniert die Beiträge aller in den Studiengängen Mitwirkenden und trägt Sorge für einen störungsfreien Ablauf des Studienbetriebes. Die Studiengangsorganisation gewährleistet die Umsetzung der Studiengangskonzepte.

Die Verwaltungsunterstützung ist gewährleistet. Maßnahmen zur Personalentwicklung und -qualifizierung des Verwaltungspersonals sind vorhanden.

		Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
4.1	Personal			
4.1.1	Lehrpersonal		Auflage	
4.1.2	Studiengangsleitung und Studienorganisation	X		
4.1.3	Verwaltungspersonal	X		

## 4.2 Kooperationen und Partnerschaften

Bilaterale Hochschulabkommen bestehen über das ERASMUS+-Programm oder basieren auf bilateralen Absprachen zwischen der EUFH und ihren Partnerhochschulen. Mit insgesamt 67 Hochschulen aus 29 Ländern liegen schriftliche Vereinbarungen vor, teilweise in Form von Bilateral Agreements. Den Studierenden aller Studiengänge steht ein Auslandsaufenthalt an den genannten ausländischen Hochschulen je nach Verfügbarkeit in Form der Teilnahme an mehrwöchigen „Summer Schools“ bzw. auf Grundlage individueller Vereinbarungen offen.

Was den Studiengang Business Development Management (dual) anbelangt, erklärt die SPO: „Im dualen Master-Studium sind in der beruflichen Praxis zu erbringende Studienleistungen (Transferprojekte) Pflichtbestandteil des Studiums. Die Studierenden haben über ihre abgeleiteten Transferprojekte Nachweise zu erbringen. Zur Ableistung der Transferprojekte sind die Studierenden im Regelfall in einem Unternehmen beschäftigt oder schließen einen oder mehrere aufeinander folgende Praxisverträge mit Unternehmen ab [...]. Näheres ist in der Ordnung für die Praxisphasen geregelt.“ Die Praxisordnung wiederum legt Ziele, Inhalte und Dauer der Praxisphase fest. Sie erklärt: Praxisphasen werden von der Hochschule geregelt, inhaltlich bestimmt und werden mit einem Leistungsnachweis abgeschlossen. Die Praxisordnung schreibt ferner vor, dass eine Kooperationsvereinbarung zwischen Hochschu-

le und Unternehmen geschlossen wird, was den ordnungsgemäßen Ablauf der Praxisphase, die Teilnahme des Studierenden an Präsenzveranstaltungen und Prüfungen, die Bereitstellung von Themen für die Transferprojekte und die Master-Thesis und die Ermöglichung der Anfertigung der Projekte und der Master-Thesis während der Arbeitszeit anbelangt. Weiterhin ist die Betreuung des Studierenden in der Praxisphase durch Mitglieder der Fachbereiche der Hochschule und durch einen betrieblichen Betreuer festgelegt.

Im Kooperationsvertrag zwischen Hochschule und Unternehmen finden sich diese Punkte wieder. Er legt zudem fest, dass die Letztverantwortung für die Qualität der im Unternehmen zu erbringenden Studienanteile bei der Hochschule liegt und dass die Vertragspartner im gegenseitigen Einvernehmen auf die Sicherung und Verbesserung der Qualität der Praxisphasen hinwirken.

Die Praxisordnung legt zudem fest, dass die Bewertung der Praxisphase durch den hochschulischen Betreuer erfolgt.

Die Praxisordnung erklärt ferner: „Sollte aus Gründen, die der Studierende nicht zu vertreten hat, ein Wechsel des Unternehmens erforderlich sein, werden mögliche Fristen für die Ableistung von praxisbezogenen Prüfungsleistungen bis zur Aufnahme einer Tätigkeit in einem anderen Unternehmen gehemmt. Die EUFH unterstützt den Studierenden [...] bei der Suche nach einem neuen [...] Arbeitsverhältnis.“

## Bewertung:

Die Gutachter begrüßen es, dass den Studierenden sämtlicher Studiengänge über die internationalen Hochschulabkommen der Hochschule die Möglichkeit eines Auslandsaufenthaltes eröffnet wird.

Die Hochschule beteiligt hinsichtlich des Studienganges Business Development Management (dual) Unternehmen mit der Durchführung von Teilen des Studienganges. Anhand der Modulbeschreibungen der Praxistransfermodule, der Praxisordnung und des Kooperationsvertrages zwischen Unternehmen und Hochschule konnten die Gutachter sich davon überzeugen, dass für die Betreuung der Studierenden in der Praxisphase durch einen Hochschuldozenten gesorgt ist, die Praxisberichte durch einen Hochschuldozenten geprüft werden und die Organisation und Durchführung der begleitenden Lehrveranstaltungen gewährleistet sein wird. Im Gespräch mit dem Kooperationspartner konnten sich die Gutachter zudem davon überzeugen, dass eine Betreuung der Studierenden innerhalb der Praxisphasen im Unternehmen für diesen Fall gegeben ist. Durch die Bestimmungen in der Praxisordnung und dem Kooperationsvertrag gewährleistet die Hochschule, dass die akademische Letztverantwortung in ihren Händen liegt. Sie gewährleistet weitgehend die Umsetzung und Qualität des Studiengangskonzeptes. “). Die Gutachter monieren, dass die Praxisordnung von den Unternehmen lediglich die Bereitstellung praxisrelevanter Themen für die Transfer-Projekte fordert. Projekte, die Theorie und Praxis miteinander verzahnen, werden hier nicht explizit gefordert.

Die Gutachter empfehlen daher, der Hochschule gegenüber hinsichtlich des Studienganges Business Development Management (dual) die **Auflage** auszusprechen, dass die Hochschule einen Kooperationsvertrag vorlegt, welcher den Kooperationspartnern die Beachtung der Studien- und Prüfungsordnung, der Modulbeschreibungen sowie der Praxisordnung aufgibt (*Rechtsquelle: Ziff. 2.6 und 2.8 der Regeln des Akkreditierungsrates*).

Die der Kooperation zu Grunde liegenden Vereinbarungen sind dokumentiert. Die Umsetzung und Qualität des Studiengangskonzeptes in den Unternehmen, darunter die Durchführung der Praxisphasen in den Unternehmen, die Betreuung der Studierenden in den Unternehmen und die Möglichkeit für Studierende das Studium abzuschließen, falls sich Änderungen in der Kooperation zwischen Hochschule und Unternehmen ergeben sind gewährleistet und dokumentiert. Die akademische Letztverantwortung für die Praxisphasen liegt bei der Hochschule.

			Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
4.2	Kooperationen und Partnerschaften (falls relevant)		X	Auflage BUDM dual	

### 4.3 Sachausstattung

Die EUFH verfügt am Hauptstandort Brühl über vier Gebäudeeinheiten mit insgesamt 32 Lehrräumen mit rund 1.150 Plätzen und damit insgesamt über mehr als 1.470 m<sup>2</sup> reine Lehrfläche. Die großen Seminarräume sind mit Beamern ausgestattet. Mobile Beamer können überall eingesetzt werden. Zur Ausstattung gehören zudem Flip Chart, Leinwand, Tageslichtprojektor und White Board bzw. Tafel. Behindertengerechte Zugänge zu Räumen und adäquate Ausstattung werden durch die EUFH ermöglicht: Behinderten-PKW-Stellplätze befinden sich in unmittelbarer Nähe der Seminargebäude; der Standort Comesstraße verfügt über einen Treppenlift für Rollstühle. Die Seminargebäude können grundsätzlich barrierefrei erreicht werden oder in Frage kommende Seminarräume durch Schaffung eines stufenlosen Zugangs zum Seminargebäude von auf Rollstühle angewiesenen Studierenden genutzt werden. Das gesamte Campus-Gelände, inklusive der Lehrräume, ist vernetzt und an das Wireless-LAN angebunden. Über die Standleitung ist eine Anbindung von außerhalb via VPN an das Netzwerk möglich, so dass auch außerhalb der Hochschule auf studienrelevante Netzwerkdaten zugegriffen werden kann.

Der Standort Köln liegt in den Räumen der Schwesterhochschule der EUFH, der CBS, in der Hardefuststraße 1 in der Kölner Südstadt. Um diesen Campus herum hat die CBS in benachbarten Gebäuden weitere Büro- und Raumkapazitäten angemietet. Insgesamt ergibt sich damit eine verfügbare Fläche von rund 6.000 m<sup>2</sup>. Die Gesamtkapazität beträgt 38 Lehrräume (Hörsäle und Seminarräume) mit insgesamt 1.185 zur Verfügung stehenden Sitzplätzen. Für alle Seminarräume steht folgende Ausstattung zur Verfügung: Fest installierte Beamer und Leinwand, White Board oder Tafel sowie bei Bedarf Flip-Chart oder Tageslichtprojektor. Das gesamte Gebäude, inklusive der Lehrräume, ist vernetzt und zudem an das Wireless-LAN angebunden. Für Studierende mit Behinderung stehen Rampen und Aufzüge zur Verfügung.

Der Campus in Aachen liegt im Kapuziner Karree in der Aachener Innenstadt. Aktuell ist eine Kapazität von 7 Lehrräumen (Hörsäle und Seminarräume) mit insgesamt 184 zur Verfügung stehenden Sitzplätzen vorhanden. Für alle Seminarräume steht folgende Ausstattung zur Verfügung: mobile Beamer, White Board / Tafel, sowie bei Bedarf Flip Chart oder Tageslichtprojektor. Auch am Standort Aachen ist das gesamte Campus-Gelände, inklusive der Lehrräume, vernetzt und zudem an ein Hochleistungs-Wireless-LAN angebunden. Behindertengerechte Zugänge zu den Räumen und eine adäquate Ausstattung sowie die barrierefreie Erreichbarkeit sind der Hochschule nach eigenen Angaben ein wichtiges Anliegen. Ein behindertengerechter Zugang zum Kapuzinerkarree ist gegeben.

Am Standort Neuss verfügt die EUFH über eine Gebäudeeinheit mit insgesamt 8 Lehrräumen mit 246 Plätzen und damit insgesamt über mehr als 500 m<sup>2</sup> reine Lehrfläche. Alle Räume in Neuss sind mit Beamer, Leinwand und Whiteboard ausgestattet. In allen Seminarräumen sind zudem Hot-Spots installiert, so dass in jedem Raum auch entsprechender EDV-Unterricht angeboten werden kann. Behindertengerechte Zugänge zu Räumen und adäquate Ausstattung sowie barrierefreie Erreichbarkeit sind auch hier gegeben.

Die EUFH verfügt zurzeit über eine Leih- und Präsenzbibliothek mit den Standorten Aachen, Brühl, Neuss und Rostock. Zudem besteht eine Kooperation mit der Hochschulbibliothek der Schwesterhochschule CBS, die den Studierenden beider Hochschulen die vollumfängliche

Nutzung beider Bibliotheken erlaubt. Am Standort Aachen wurde durch die CBS eine kleine Präsenzbibliothek eingerichtet, die die Studierenden der EUFH nutzen können.

Daneben haben die Studierenden auch am Standort Aachen die Möglichkeit, online auf alle Bestände der Teilbibliotheken Köln, Neuss sowie Brühl zuzugreifen und Ausleihen vorzunehmen. Der bereits bestehende „Shuttle-Service“ zwischen Brühl, Neuss und Köln wird auf den neuen Standort Aachen ausgedehnt, so dass die vorbestellten Bücher an den jeweils vorgesehenen Ort gelangen. Bei Bedarf werden Bücher und Zeitschriften zweimal pro Woche zwischen den ca. 20-80 km voneinander entfernten Hochschulstandorten Aachen, Brühl, Köln und Neuss bewegt. Die hochschuleigenen Bibliotheken sind zu folgenden Zeiten geöffnet:

	Öffnungszeiten (Aachen)	Öffnungszeiten (Brühl)	Öffnungszeiten (Köln)	Öffnungszeiten (Neuss)
<b>Montag</b>	08:00 – 18:00	08:00 - 18:00	09:00 – 19:00	08:00 - 17:00
<b>Dienstag</b>	08:00 – 18:00	08:00 - 19:00	09:00 – 18:15	08:00 - 17:00
<b>Mittwoch</b>	08:00 – 18:00	08:00 - 18:00	09:00 – 19:00	08:00 - 17:00
<b>Donnerstag</b>	08:00 – 18:00	08:00 - 19:00	09:00 – 18:15	08:00 - 17:00
<b>Freitag</b>	08:00 – 18:00	08:00 - 18:00	09:00 – 19:00	08:00 - 17:00
<b>Samstag</b>	-	12:00 - 16:00	10:00 – 14:00	-

Der Buchbestand umfasst derzeit (März 2015) Rund 21.200 Medieneinheiten im Bibliotheksverbund CBS-EUFH (davon rund 11.700 Medieneinheiten an den Standorten der EUFH und rund 9.500 Medieneinheiten an der CBS). Der Bestand in Brühl umfasst 41 und in Neuss 44 abonnierte Zeitungen und Zeitschriften. Am Standort Brühl besteht zudem ein gegenseitiges Ausleihabkommen mit der FH Bund, so dass die Studierenden der EUFH per Fernleihe auf weitere 80.000 Medien zugreifen können. Auch besteht für alle Studierenden die Möglichkeit, die Universitäts- und Stadtbibliothek Köln gegen eine entsprechende Jahresgebühr, die die Hochschule trägt, bei der Anmeldung und die Bibliothek der IHK Köln (Bestand: 110.000 Medieneinheiten) und die Universitäts- und Landesbibliothek Düsseldorf kostenlos zu nutzen. Am Standort Aachen können die Studierenden die Bibliothek der Rheinisch Westfälischen Technischen Hochschule Aachen auf Antrag kostenlos nutzen.

Über EBSCO haben die Studierenden und die Beschäftigten die Möglichkeit des Volltextzugriffs auf Zeitschriftenartikel aus derzeit mehr als 1.200 Zeitschriften und 25.000 Autorenprofile. Weiterhin verfügt die Bibliothek über die Datenbanken WISO, Statista und über die Plattform handelsdaten.de. Es gibt darüber hinaus geförderte Konsortialangebote, die die EUFH den Studierenden bietet. Dies ermöglicht die partielle Nutzung der Datenbanken, z. B. Scencedirect, Berkeley Electronic Press Academic Journals und ACM Digital Library.

## Bewertung:

Die adäquate Durchführung der Studiengänge ist hinsichtlich der qualitativen und quantitativen räumlichen Ausstattung gesichert. Die Räume und Zugänge sind behindertengerecht ausgestattet und barrierefrei erreichbar. Die adäquate Durchführung der Studiengänge ist hinsichtlich der Literaturlausstattung und dem Zugang zu digitalen Medien und relevanten Datenbanken sowie der Öffnungszeiten und Betreuungsangebote der Bibliothek gesichert.

		Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
4.3	Sachausstattung			
4.3.1	Unterrichtsräume	X		
4.3.2	Zugangsmöglichkeiten zur erforderlichen Literatur	X		

## 4.4 Finanzausstattung (relevant für nichtstaatliche Hochschulen)

Nach den Angaben der Hochschule finanziert diese sich grundsätzlich aus den Einnahmen der Studiengebühren. Die EUFH kalkuliert ihre Etats auf der Basis der erwarteten Studierendenzahlen und richtet die Ausgaben dementsprechend aus. Die Finanzen der EUFH sind von Anfang an vorsichtig kalkuliert. Mit dieser Strategie ist die EUFH bisher nach eigenen Angaben erfolgreich gewesen. Der Wissenschaftsrat kam im Zuge der Institutionellen Akkreditierung der EUFH im November 2008 zu folgender Einschätzung: „Die finanzielle Lage der Hochschule ist ausgezeichnet: Dass die Hochschule bald nach Gründung verlustfrei wirtschaften konnte und inzwischen erhebliche Überschüsse erzielt, zeigt, dass die EUFH ein erfolgreiches Geschäftsmodell entwickelt hat.“

Die Finanzplanung wird regelmäßig fortgeschrieben, überprüft und dokumentiert. Anlässlich der staatlichen Anerkennung im Juni 2001 gab der Hochschulträger, wie in Nordrhein-Westfalen üblich, eine Garantierklärung für einen eventuellen Insolvenzfall zur Sicherung der Reststudiendauer für dann noch eingeschriebene Studierende ab.

### Bewertung:

Eine adäquate finanzielle Ausstattung der Studiengänge ist nach den Angaben der Hochschule vorhanden, so dass sichergestellt ist, dass die Studierenden ihr Studium abschließen können.

		Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
4.4	Finanzausstattung		X	

## 5 Qualitätssicherung und Weiterentwicklung

Evaluationen begleiten das Studium an der Hochschule. Während des Studiums werden die Studierenden fortlaufend um ihre Einschätzung der Lehrveranstaltung gebeten, nach Studienabschluss werden die Absolventen zu ihrer rückblickenden Einschätzung des Studiums und ihren beruflichen Perspektiven befragt. Geplant ist, die Absolventen der EUFH nach einigen Jahren Berufserfahrung erneut zu befragen.

Jedes Semester evaluieren nach Angaben der Hochschule die Studierenden, die von ihnen besuchten Lehrveranstaltungen, die Auslandsaufenthalte sowie die Praxisphasen. Alle Evaluierungen werden regelmäßig und anonym durchgeführt. Dazu werden Studierende am Semesterende nach einem Plan, der alle Studiengruppen umfasst, aufgefordert, Online-Fragebögen auszufüllen, die computergestützt ausgewertet werden. Die studentische Arbeitsbelastung wird einmal jährlich auch zur Gewährleistung der Studierbarkeit abgefragt.

Anhand der Evaluierungsergebnisse finden quartalsweise Auswertungsrunden mit allen Personen in Leitungsfunktionen statt, bei denen die Ergebnisse diskutiert und Verbesserungsmaßnahmen beschlossen werden. Erforderlichenfalls finden im Ergebnis Gespräche mit Lehrenden statt.

Einmal jährlich sollen die Praxisphasen im Studiengang Business Development Management (dual) mittels eines spezifischen Fragebogens durch die Studierenden evaluiert werden.

Die Evaluation umfasst Fragen nach der Qualität der Betreuung, der Erreichbarkeit des Betreuers im Unternehmen, Anwendungsmöglichkeiten des im Studium erworbenen Wissens im Unternehmen, die Gewährung von Zeiträumen für die Anfertigung des Praxisberichts und den Workload in Stunden pro Woche bezüglich des Praxisberichts,

Zudem soll über die Studiengangsbeiräte, fortlaufende Unternehmensbesuche durch Vertreter der Abteilung Unternehmenskooperationen sowie regelmäßige Veranstaltungen für Vertreter der Kooperationsunternehmen ein durchgängiger Austausch mit externen Akteuren

stattfinden. In Unternehmensbefragungen erhebt die EUFH zudem regelmäßig die Einschätzung und Änderungsvorschläge der Kooperationsunternehmen.

Die Evaluationsordnung regelt diesbezüglich: „Schriftliche Befragungen der Studierenden sollen mittels spezifischer Fragebögen zu folgenden Zeitpunkten durchgeführt werden: [...] nach jeder Praxisphasen. [...] Schriftliche Befragungen der Unternehmen sollen mittels spezifischer Fragebögen in der Regel einmal jährlich durchgeführt werden.“

Die Ergebnisse der Evaluationen fließen in die Weiterentwicklung der Studiengänge und in die kontinuierliche Qualitätssicherung im laufenden Studienbetrieb ein.

## Bewertung:

Ergebnisse des hochschulinternen Qualitätsmanagements werden bei den Weiterentwicklungen der Studiengänge berücksichtigt. Dabei berücksichtigt die Hochschule Evaluationsergebnisse, Untersuchungen der studentischen Arbeitsbelastung, des Studienerfolgs und des Absolventenverbleibs.

		Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
5.	Qualitätssicherung und Weiterentwicklung	X		

# Qualitätsprofil

**Hochschule:** Europäische Fachhochschule Rhein/Erft GmbH

## Master-Studiengänge:

Human Resource Management (M.A.)  
 Logistikmanagement (M.A.)  
 Management in dynamischen Märkten (M.A.)  
 Marketingmanagement (M.A.)  
 Business Development Management (dual) (M.A.)  
 Business Development Management (Vollzeit/Teilzeit) (M.A.)

## Beurteilungskriterien

## Bewertungsstufen

		Qualitäts- anforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
<b>1.</b>	<b>Zielsetzung</b>			
<b>2.</b>	<b>Zulassung</b>			
2.1	Zulassungsbedingungen	X		
2.2	Auswahl- und Zulassungsverfahren	X	Auflage BUDM <sub>dual</sub>	
<b>3.</b>	<b>Inhalte, Struktur und Didaktik</b>			
3.1	Inhaltliche Umsetzung			
3.1.1	Logik und konzeptionelle Geschlossenheit des Curriculums	X		
3.1.2	Begründung der Abschluss- und Studiengangsbezeichnung	X		
3.1.3	Prüfungsleistungen und Abschlussarbeit	X		
3.2	Strukturelle Umsetzung			
3.2.1	Struktureller Aufbau und Modularisierung	X	Auflage (HRM, LMM, MMM, BUDM <sub>dual</sub> , BUDM <sub>vztz</sub> )	
3.2.2	Studien- und Prüfungsordnung		Auflage	
3.2.3	Studierbarkeit	X		
3.3	Didaktisches Konzept	X		
<b>4.</b>	<b>Wissenschaftliches Umfeld und Rahmenbedingungen</b>			
4.1	Personal			
4.1.1	Lehrpersonal		Auflage	
4.1.2	Studiengangsleitung und Studienorganisation	X		
4.1.3	Verwaltungspersonal	X		
4.2	Kooperationen und Partnerschaften (falls relevant)	X	Auflage BUDM <sub>dual</sub>	
4.3	Sachausstattung			
4.3.1	Unterrichtsräume	X		
4.3.2	Zugangsmöglichkeiten zur erforderlichen Literatur	X		
4.4	Finanzausstattung (relevant für nicht-staatliche Hochschulen)	X		
<b>5.</b>	<b>Qualitätssicherung und Weiterentwicklung</b>	X		