

Beschluss der FIBAA-Akkreditierungskommission für Programme

100. Sitzung am 29./30. September 2016

Erweiterung:

106. Sitzung am 23. März 2018: Erweiterung der bestehenden Akkreditierung um Inhalte und die Änderung der Studiengangsbezeichnung (s. a. Gutachten ab S. 39)

Projektnummer: 15/063

Hochschule: BiTS – Business and Information Technology School GmbH, Iserlohn

Studiengänge:

- Business Psychology (M.Sc.)
- Finance & Management (M.Sc.)
- International Sport & Event Management (M.A.)
- Marketing Management & PR (M.A.) (ehem. Marketing Management (M.A.))

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

Die Studiengänge werden gemäß Ziff. 3.1.2 i.V.m. 3.2.1 der Regeln des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung i.d.F. vom 20. Februar 2013 unter 2 Auflagen für sieben Jahre re-akkreditiert und der Studiengang International Sport & Event Management (M.A.) wird gemäß Ziff. 3.1.2 der Regeln des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung i.d.F. 07. Dezember 2011 die Akkreditierung um den Standort Hamburg erweitert.

Akkreditierungszeitraum: 30. September 2016 bis zum Ende Sommersemester 2023

Auflagen:

Auflage 1

Die Hochschule gewährleistet das Master-Niveau des Studienganges durch entsprechende Maßnahmen wie Erhöhung der Kontaktstunden oder didaktisch sinnvolle Selbstlernhilfen und stellt nachweisbar sicher, dass eine gleichmäßige Verteilung des Workload von 900 Stunden über die Dauer des gesamten Semesters möglich ist. (siehe Kapitel 3.2; Rechtsquelle: Regeln des Akkreditierungsrates Ziff.2.4)

Die Auflage ist erfüllt.

Die FIBAA-Akkreditierungskommission für Programme am 23. März 2018.

Auflage 2

Die Hochschule legt eine rechtsgeprüfte gültige Studien- und Prüfungsordnungen für die Studiengänge vor. (Rechtsquelle: Ziff. 2.8 der Regeln des Akkreditierungsrates, siehe Kap 3.2)

Die Auflage ist erfüllt.

Die FIBAA-Akkreditierungskommission für Programme am 23. März 2018.

Das Siegel des Akkreditierungsrates wird vergeben.

Gutachten

Hochschule:

BiTS – Business and Information Technology School
GmbH, Iserlohn

Master-Studiengänge:

Business Psychology (M.Sc.); Iserlohn
Finance & Management (M.Sc.); Iserlohn
International Sport & Event Management (M.A.) Iser-
lohn und Berlin; einschließlich Erweiterung auf den
Standort Hamburg
Marketing Management (M.A.); Iserlohn und Hamburg

Abschlussgrad:

Master of Science (M.Sc.)
Master of Arts (M.A.)

Allgemeine Informationen zu den Studiengängen

Der Studiengang **Business Psychology (BP)** vermittelt aufbauend auf einem ersten berufsqualifizierenden Hochschulabschluss wissenschaftlich fundierte und anwendungsorientierte Kernkompetenzen im Bereich des Leadership und der Wirtschaftspsychologie. Er vermittelt führungstheoretische und -praktische Fähigkeiten mit der Ausrichtung auf internationale, interdisziplinäre und informationstechnologische Erfahrungen sowie Handlungs- und Sozialkompetenzen, die zur professionellen und verantwortungsvollen Wahrnehmung der Managementfunktionen in nationalen und internationalen Unternehmen auf mittlerer und höherer Führungsebene befähigen.

Der Studiengang **Finance & Management (FM)** vermittelt aufbauend auf einem ersten berufsqualifizierenden Hochschulabschluss eine interdisziplinäre, internationale Managementausbildung für Analyse-, Planungs-, Entwicklungs- und Steuerungsaufgaben in den Bereichen Finance, Accounting & Taxation sowie Controlling. Ziel des Studiengangs ist es, Qualifikationen im Sinne unternehmerischen Denkens und Handelns zu vermitteln, die auf zukünftige Anforderungen in den genannten Managementbereichen oder auf eine selbstständige unternehmerische Tätigkeit mit Führungsverantwortung vorbereiten.

Der Studiengang **Marketing Management (MM)** vermittelt aufbauend auf einem ersten berufsqualifizierenden Hochschulabschluss eine interdisziplinäre, internationale Managementausbildung für die vielfältigen Aufgaben im Marketing. Er bereitet die Studierenden auf Marketing-Tätigkeiten im gehobenen Management in national und international operierenden Organisationen vor. Die Absolventen sind in der Lage, die vielfältigen Aufgaben des Marketings zu bearbeiten und die unterschiedlichen Spezialisten im Umfeld des Marketings für grundlegende und gemeinsame Lösungen zu koordinieren und zu integrieren.

Der Studiengang **International Sport & Event Management (ISEM)** vermittelt aufbauend auf einem ersten berufsqualifizierenden Hochschulabschluss eine interdisziplinäre, internationale Managementausbildung für Analyse-, Planungs-, Entwicklungs- und Steuerungsaufgaben im Sport- und Eventsektor. Er soll Qualifikationen vermitteln, die im Sinne auch unternehmerischen Denkens und Handelns auf zukünftige Anforderungen einer Managementtätigkeit oder einer selbstständigen Tätigkeit mit Führungsverantwortung in nationalen und internationalen sport- und eventorientierten Institutionen oder Unternehmen auf mittlerer und höherer Führungsebene befähigen.

Zuordnung der Studiengänge:

konsekutiv

Profiltyp:

keinem Profiltyp zugeordnet

Regelstudienzeit und Umfang der ECTS-Punkte der Studiengänge:

4 Semester / 120 ECTS

Studienform:

Vollzeit

Double/Joint Degree vorgesehen:

nein

Aufnahmekapazität und Zügigkeit (geplante Anzahl der parallel laufenden Jahrgänge):

20 Studierende je Studiengang und Standort, einzügig

Start zum:
Wintersemester

Erstmaliger Start der Studiengänge:
Wintersemester 2010

Akkreditierungsart:
Re-Akkreditierung und Standorterweiterung

Letzter Akkreditierungszeitraum:

BP: WS 2010/11 bis SS 2016

FM: WS 2010/11 bis SS 2016

MM: WS 2010/11 bis SS 2016

ISEM: WS 2010/11 bis SS 2016

Ablauf des Akkreditierungsverfahrens¹

Am 1. Juli 2015 wurde zwischen der FIBAA und der BiTS – Business and Information Technology School GmbH, Iserlohn ein Vertrag über die (Re-)Akkreditierung der Studiengänge Business Psychology (M.Sc.), Finance & Management (M.Sc.), Marketing Management (M.A.) sowie International Sport & Event Management (M.A.) einschließlich der Erweiterung auf den Standort Hamburg 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 Masterstudiengängen i.d.F. vom 4. Februar 2010. Am 18. Juli 2016 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. Berthold Hass

Universität Flensburg
Professor für Allgemeine BWL
(Allgemeine Betriebswirtschaft und Marketing)

Prof. Dr. Thomas Bezold

Reinhold-Würth-Hochschule der Hochschule Heilbronn, Campus Künzelsau
Professor für Betriebswirtschaft und Sportmanagement

Prof. Dr. Petra Jordanov

Fachhochschule Stralsund
Professorin für BWL und VWL
(Finanzmanagement, Human Resource Management)

Prof. Dr. Gerhard Raab

Hochschule Ludwigshafen am Rhein
Professor für Betriebswirtschaftslehre
(insbesondere Marketing) und Wirtschaftspsychologie

Tobias Kaulfuß

asknet GmbH, Essen
Vorstandsvorsitzender

Eleftheria-Eleni Kapourani

ESB Business School Reutlingen
Studierende International Business (B.Sc.)

FIBAA-Projektmanager:

Dr. Dieter Swatek
Sts. aD

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

Die Begutachtung beruht auf der Antragsbegründung, ergänzt um weitere, vom Gutachterteam erbetene Unterlagen, und einer Begutachtung vor Ort. Sie wurde am 27./28. Juli 2016 in den Räumen der Hochschule in Iserlohn durchgeführt. Im gleichen Cluster wurden die Studiengänge Business Psychology (M.Sc.), Finance & Management (M.Sc.), Marketing Management (M.A.) und International Sport & Event Management (M.A.); einschließlich der Erweiterung auf den Standort Hamburg begutachtet. Zum Abschluss des Besuchs gaben die Gutachter gegenüber Vertretern der Hochschule ein kurzes Feedback zu ihren ersten Eindrücken.

Das auf dieser Grundlage erstellte Gutachten wurde der Hochschule am 10. September 2016] zur Stellungnahme zugesandt. Die Hochschule übermittelte ihre Stellungnahme zum Gutachten am 16. September 2016 die Stellungnahme ist im vorliegenden Gutachten bereits berücksichtigt.

Zusammenfassung

Die Master-Studiengänge Business Psychology (M.Sc.), Finance & Management (M.Sc.), Marketing Management (M.A.) und International Sport & Event Management (M.A.); einschließlich der Erweiterung auf den Standort Hamburg 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 sowie den landesspezifischen Strukturvorgaben in der zum Zeitpunkt der Verfahrenseröffnung geltenden Fassung. Sie sind modular gegliedert, mit ECTS-Punkten versehen und schließen mit dem akademischen Grad „Master of Science bzw. Arts ab. Der Grad wird von der Hochschule verliehen.

Die Studiengänge 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 30. September 2016 bis zum Ende Sommersemester 2023 International Sport & Event Management (M.A.); einschließlich der Erweiterung des Studienganges International Sport & Event Management (M.A.); auf den Standort Hamburg unter Auflagen akkreditiert werden.

Handlungsbedarf sehen die Gutachter beim Umfang der Kontaktstunden und der stundenplanmäßigen Verteilung des Workloads über das Semester sowie bei der Prüfungsordnung für die Studiengänge. 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):

- Auflage 1
Die Hochschule gewährleistet das Master-Niveau des Studienganges durch entsprechende Maßnahmen wie Erhöhung der Kontaktstunden oder didaktisch sinnvolle Selbstlernhilfen und stellt nachweisbar sicher, dass eine gleichmäßige Verteilung des Work loads von 900 Stunden über die Dauer des gesamten Semesters möglich ist.
(siehe Kapitel 3.2; Rechtsquelle: Regeln des Akkreditierungsrates Ziff.2.4)
- Auflage 2
Die Hochschule legt rechtsgeprüfte gültige Studien- und Prüfungsordnungen für die Studiengänge vor.
(Rechtsquelle: Ziff. 2.8 der Regeln des Akkreditierungsrates, siehe Kap 3.2)

Die Erfüllung der Auflage ist bis zum 30. Juni 2017 nachzuweisen.

Zur Gesamtbewertung siehe das Qualitätsprofil am Ende des Gutachtens.

Informationen

Informationen zur Institution

Die BiTS – Business and Information Technology School mit Sitz in Iserlohn und weiteren Standorten in Berlin (seit Wintersemester 2012/13) und Hamburg (seit Wintersemester 2013/14) wurde im Jahr 2000 gegründet und im selben Jahr vom Land Nordrhein-Westfalen unbefristet staatlich anerkannt. Die Erstakkreditierung durch den Wissenschaftsrat erfolgte 2008, die Re-Akkreditierung 2014 für einen weiteren Zeitraum von zehn Jahren. Trägergesellschaft der Hochschule ist die BiTS – Business and Information Technology School GmbH Iserlohn. Deren alleinige Gesellschafterin ist die Laureate Germany Holding GmbH, ebenfalls mit Sitz in Iserlohn.

Alle Studiengänge der Hochschule verfügen nach eigener Darstellung über ein wirtschaftswissenschaftliches Grundgerüst. Dieses wird mit den jeweiligen Schwerpunkten, zu einem studiengangsspezifischen Curriculum komplettiert. Jenseits der wirtschaftswissenschaftlichen Basisfelder verfügen die unterschiedlichen Studiengänge über thematische Überlappungsbereiche etwa im Bereich der Sozial- und Methodenkompetenzen.

Zum Wintersemester 2015/16 sind ca. 2.100 Studierende in den **22** Studiengängen der BiTS an den drei Standorten Iserlohn, Hamburg und Berlin eingeschrieben. Die Hochschule beschäftigt in Lehre und Verwaltung derzeit knapp 50 Personen in fester Anstellung und mehr als 110 Lehrbeauftragte. Das Studienangebot der Hochschule insgesamt ist in der folgenden Übersicht dargestellt.

Fachbereich	Studiengang	Berlin	Campus Hamburg	Iserlohn
Wirtschaft	Business & Management Studies (B.Sc.)	x	x	x
	Business & Management Studies (B.Sc.) Teilzeit	x	x	x
	Business & Management Studies (B.Sc.) (englisch)	x		x
	Business & Technology Management (B.Sc.)			x
	Wirtschaftsingenieurwesen (B.Sc.) (dual)			<i>in Akk.</i>
	Business Law (LL.B.)		x	x
	Business Psychology (B.Sc.)	x	x	x
	Business Psychology (M.Sc.)			<i>in Reakk.</i>
	BWL & Steuern (B.Sc.) (dual)			<i>in Akk.</i>
	Corporate Management (M.Sc.)	x	x	x
	Corporate Management (M.Sc.) (englisch)	x		
	Corporate Management (M.Sc.) Teilzeit	x	x	x
	Entrepreneurial Economics & Management (M.Sc.)	x		
	Finance & Management (M.Sc.)			<i>in Reakk.</i>
	Green Business Management (B.A.)			x
Marketing Management (M.A.)			<i>in Reakk.</i>	
			<i>in Reakk.</i>	<i>in Reakk.</i>
International Service Industries	International Management for Service Industries (B.Sc.)			x
	International Sport & Event Management (M.A.)		<i>in Akk.</i>	<i>in Reakk.</i>
	International Sport & Event Management (M.A.) (englisch)	<i>in Reakk.</i>		
	Sport & Event Management (B.Sc.)	x	x	x
	Sport & Event Management (B.Sc.) (englisch, dual)	<i>in Akk.</i>		
Medien & Kommunikation	Communication & Media Management (B.Sc.)	x	x	x
	Journalism & Business Communication (B.A.)	x	x	x
	Public Relations & Corporate Communication (M.A.)			x

Weiterentwicklung der Studiengänge und Umsetzung von Empfehlungen

Wesentliche Grundlagen zur Weiterentwicklung der Studiengänge waren – so die Hochschule – die regelmäßigen Evaluationsergebnisse sowie die Rückmeldungen z. B. aus den Berichten zu den verschiedenen Praktikumsformen sowie die konkreten Erfahrungen aus Lehre und Forschung sowie die Beobachtungen der relevanten Märkte.

Die Hochschule steht zudem im ständigen Austausch mit den kooperierenden Unternehmen, deren Spektrum vom regionalen Mittelstand bis zum global agierenden Unternehmen reicht. Sie stellen nach Darstellung der Hochschule einen wichtigen und breitgefächerten Resonanzboden für die zeit- und bedarfsgerechte Profilierung der Studiengänge dar.

In allen vier Studiengängen hat die Hochschule nach eigener Aussage folgende Veränderungen gegenüber der jeweiligen Erst-Akkreditierung vorgenommen:

- die Arbeitsfelder sind im Hinblick auf die aktuelle Forschung und die Ansprüche aus der Berufspraxis angepasst worden,
- einzelne Lehrveranstaltungen wurden neu justiert und Veranstaltungsinhalte aktualisiert und ggf. verändert,
- Kompetenzfelder wurden gestrafft bzw. durch neue ergänzt,
- der curriculare Aufbau wurde hinsichtlich der zeitliche Abfolge, Struktur und Schwierigkeitsgrade einzelner Veranstaltungen und Module überprüft sowie die interdisziplinäre Verknüpfung mit anderen Wissenschaftsfeldern verstärkt

Nach eigener Darstellung hat sich die Konzeption der Studiengänge bewährt. Die Hochschule sieht sich darin vor allem durch das gute Feedback der Studierenden und die erfolgreiche Aufnahme der Absolventen im Arbeitsmarkt bestätigt. Die inhaltlichen Grundausrichtungen und Schwerpunkte der Studiengänge haben sich nach eigener Einschätzung bewährt und sollen zukunftsgerichtet angepasst und fortgeführt werden.

Die inhaltliche Struktur und der Aufbau der Kompetenzbereiche „Skills“ und „Principles of Corporate Management“ sind für alle vier Studiengänge weiterentwickelt und zu einer einheitlichen Struktur zusammengeführt worden.

Im Kompetenzbereich General Management werden die Module Strategy and Governance, Economics and Ethics sowie Risk and Law als neuer, zusätzlicher Pflichtbereich angeboten. Sie sollen die Studierenden einerseits für ein nachhaltiges bzw. verantwortliches Handeln im Kerngeschäft der Unternehmen in den Bereichen Ökologie, Soziales und Ökonomie sensibilisieren und darüber hinaus auf Managementtätigkeiten in international kooperierenden und agierenden Unternehmen, Industriekonzernen, Banken sowie Dienstleistungsunternehmen und öffentlichen Institutionen vorbereiten.

Zugleich wurde der nach eigener Aussage erfolgreich erprobte Kompetenzbereich „Skills“ weiterentwickelt und mit den überarbeiteten Modulen Networking, Culture sowie Negotiation in den neuen Kompetenzbereich Leadership and Analytical Competencies überführt. Darin werden die Prinzipien, Chancen und Risiken der quantitativen und qualitativen Sozialforschung vermittelt. Insbesondere die Veranstaltungen Key Leadership Qualifications, Business Mediation sowie Balanced Leadership wurden vor diesem Hintergrund neu entwickelt und für alle Master-Programme als studiengangübergreifende Pflicht-Kompetenz definiert.

Der Bereich „Praxis“ trägt weiterhin in den Programmen die übergeordnete Bezeichnung International & Vocational Training und beinhaltet am Ende des ersten Semesters das Modul „Learning Leadership“ sowie im vierten Semester das Modul Practicing Leadership, die die

Studierenden qualifizieren sollen, führungsrelevante Schlüsselqualifikationen in verschiedenen praktischen Übungssituationen kennen zu lernen und diese selbst in einer Beobachtergruppe anhand vorgegebener Bewertungskriterien zu reflektieren.

Im zweiten und dritten Semester werden die International Summer School sowie das Betriebs- und Forschungspraktikum in ein Wahlpflichtformat überführt: Die Studierenden haben je nach angestrebter, persönlicher Entwicklung künftig die Optionen, im Kompetenzbereich (First bzw. Second) International Experience eine International Summer School bzw. International Winter School“, ein Auslandssemester oder ein „International Company Training / International Research Project“ zu absolvieren, um praxisorientierte sowie internationale Erfahrungen zu sammeln und auszubauen.

Die bereits im Corporate Management-Master-Programm der Hochschule erprobte Fach- und Methodenbegleitung der Studierenden durch das Seminar Master Thesis Colloquium & Reflection im 4. Semester hat sich – so die Hochschule – zur Vorbereitung der wissenschaftlich geprägten Master Thesis bewährt und wird einheitlich auf alle zu re-akkreditierenden Studiengänge übertragen.

Auf Grundlage der Rückmeldungen der verschiedenen Ziel- und Anspruchsgruppen der Studiengänge hat die Hochschule darüber hinaus die Kern-Curricula der Studiengänge gegenüber der Erst-Akkreditierung wie folgt verändert:

Im Studiengang **Business Psychology** wurde die bisherige vertikale, semesterweise Fokussierung auf einen inhaltlichen Schwerpunkt (1. Semester: Management of Human Values, 2. Semester: Management of Competencies, 3. Semester: Method of Change) zugunsten einer horizontalen Verteilung der Schwerpunkte, d.h. Verteilung der jeweiligen Inhalte auf die drei ersten Fachsemester verändert. Die Veranstaltungen Cases greifen dabei – wie bisher – jeweils einen inhaltlichen Schwerpunkt pro Semester auf und vertiefen diesen. Im Modul Human Resource Management wurde die Veranstaltung Strategic Perspectives durch die Veranstaltung Data-Based Human Resource Management ersetzt, um neben der inhaltlichen Betrachtung von HRM-Prozessen den immer relevanter werdenden Aspekt der webbasierten Steuerung dieser Prozesse, vor allem zur Standardisierung und Harmonisierung von HR-Prozessen und Tools in stetig globaler werdenden Unternehmensumwelten gerecht zu werden. Darüber hinaus wurde die bisherige Veranstaltung Gender Mainstreaming – Specific Aspects: International Law durch Data Protection Law ersetzt, um Studierenden die zunehmend bedeutsameren rechtlichen Regeln des Datenschutzes im europäischen und internationalen Kontext zugänglich zu machen.

In das Modul Technology and People Management wurde die Veranstaltung Virtuality and Digitalization integriert. Durch die zunehmende Nutzung der Informations- und Kommunikationstechnologien ergeben sich erhebliche Um- bzw. Neugestaltungen beruflicher Arbeitsprozesse und -strukturen. Die hieraus resultierenden Herausforderungen und Chancen sollen in dieser Veranstaltung im Hinblick auf die arbeitsorganisatorischen Veränderungen behandelt werden. Im Modul Change Enablers wird mit dem Aspekt „Leadership and Change“ die personenbezogene Komponente der Führungskräfte im Rahmen von Veränderungsprozessen besonders betont, die für die erforderlichen Kompetenz-Modellierungen der Mitarbeitenden relevant sind.

In das Modul Organizational Aspects of Management wurden zwei neue Veranstaltungen integriert: Corporate Culture in a globalized world und HR-Information Systems. Mit dem Fokus auf Corporate Culture wird der Bezug zu dynamischen Arbeitswelten hergestellt, in denen eine anpassungsfähige und flexible Unternehmenskultur dazu beitragen kann, dass Veränderungsbedarfe frühzeitig erkannt und mitarbeiterbezogene Lernprozesse kontinuierlich identifiziert und mit entsprechenden Personal- und Organisationsentwicklungsmaßnahmen begegnet werden kann. In der Veranstaltung HR-Information Systems werden Kennt-

nisse hinsichtlich der Erfassung der für das Personalmanagement wichtigen internen Kennzahlen als auch hinsichtlich der Abbildung eines Benchmarks zum Markt vermittelt. Der Empfehlung der Erst-Akkreditierung die Vermittlung von ethischen Aspekten zu verstärken, ist durch die Einführung des Moduls Economics and Ethics gefolgt worden.

Im Studiengang **Finance & Management** wurden insbesondere die Kernfächer des Programms als Reaktion auf die Finanz- und Staatsschuldenkrisen seit 2007 den aktuellen Entwicklungen angepasst: Darüber hinaus wurden zwei neue Kern-Kompetenzbereiche (Financial Instruments & Markets sowie Financial Control & Consulting) gebildet. Im Ersteren sind die Lehrveranstaltungen des Moduls Advanced Corporate Finance an den Anfang gesetzt worden, um die Philosophie der Wertorientierung gleich zu Studienbeginn behandeln zu können. Im Modul Investment Decision Making ersetzt „Derivatives: Valuation and Strategies“ die frühere Vorlesung zur Finanzkommunikation, deren Inhalte in kompakter Form in der Vorlesung Value based Corporate Finance aufgehen. Das Modul „International Market Analysis“ verbindet die seit der Erst-Akkreditierung bestehenden Veranstaltungen zur Regulierung der Finanzmärkte (Regulation of Financial Markets) sowie zur Finanzanalyse (Financial Analysis) mit einem Blended-Learning-Kurs zur Funktionsweise internationaler Finanzmärkte in Kooperation mit dem Finanzdatenbroker Bloomberg. Darüber hinaus wurden kritische Diskurse zu Chancen und Risiken finanzmathematischer Modelle in den Studiengang integriert.

Im Kompetenzbereich Financial Control & Consulting sind die beratungsnahen Kompetenzprofile mit den Modulen „Business Control, Financial Institutions, Accounting & Taxes sowie Organizational Change“ verstärkt worden.

In das Modul Financial Institutions, Accounting & Taxes ist die Vorlesung „Financial Institutions, Services and Industry“ aufgenommen worden. Darüber hinaus sind folgende Lehrveranstaltungen verändert worden: Die Lehrveranstaltungen Financial Communication (Investor Relations), Project Finance, Financial Restructuring, Corporate Valuation, Auditing Theory and Practice, Group Controlling und Sustainability Controlling, Return Management und Risk Management sind nicht mehr eigenständig im Curriculum vertreten und zum Teil inhaltlich in anderen Lehrveranstaltungen aufgegangen.

Der Empfehlung der Erst-Akkreditierung, die Vermittlung von ethischen Aspekten zu verstärken ist durch die Einführung des Moduls Economics and Ethics gefolgt worden.

Im Studiengang **Marketing Management** wurde der Kompetenzbereich Corporate Management und Marketing ersetzt durch einen neuen Kompetenzbereich Marketing Framework. Angesichts sich dynamisch verändernder Rahmenbedingungen und der Bedeutungszunahme der Antizipation von Chancen und Risiken durch das Marketing ist das bisherige Modul Corporate Management in Principled Marketing umbenannt worden. In diesem Kontext wurde die Veranstaltung International Strategic Management in dem neu integrierten Modul Strategy and Governance verankert und durch Marketing Ethics ersetzt. Damit soll der Herausforderung Rechnung getragen werden, dass Marketingmanager zunehmend mit ethischen Fragen und Problemstellungen konfrontiert werden bzw. sich vielfältiger Kritik im Zusammenhang mit ethischen Fragen ausgesetzt sehen können. Zudem gewinnen Anliegen des Verbraucherschutzes für das Marketing an Relevanz. Im Rahmen der Veranstaltung Marketing Law sind künftig Schwerpunkte im Bereich Markenrecht und Onlinerecht vorgesehen. Das Modul Corporate Communications wurde umbenannt in Communication Management und fokussiert in der neuen Form die wachsenden Herausforderungen im internationalen Kommunikationsmanagement. Das Modul Organization & Human Resources wurde ersetzt durch das Modul Sector Specific Marketing, das aus dem Kompetenzbereich Marketing Management verlagert wird

Der Kompetenzbereich Marketing Policy wurde umbenannt in Marketing Operations und soll die operativen Betrachtungsweisen im Marketing verstärken.

Der Kompetenzbereich Marketing Management wird erweitert in International Marketing Management und erhält eine neue Modulsortierung: Consumer Insights, International Marketing Analysis & Planning sowie Digital Marketing. Letzteres beruht insbesondere auf den zunehmenden digitaler Marketingaktivitäten und integriert innovative Ansätze wie z. B. die Lehrveranstaltung Performance & Affiliate Marketing.

In den Kompetenzbereich International & Vocational Training. wird in das Format Leadership integriert und ersetzt, die bisher implementierten Elemente Praxisblock Agenturen und Marketing Plan.

Zwischenzeitlich erfolgte die Akkreditierung des Studienganges für den Standort Hamburg. Curricular und inhaltlich bestehen keine Unterschiede. Mit der Einführung der Lehrveranstaltung Marketing Ethics und des Moduls Economics and Ethics wird der Empfehlung aus dem Erst-Akkreditierungsverfahren Rechnung getragen.

Im Studiengang **International Sport & Event Management** wurde im Kompetenzbereich International Sport Management das bisherige Modul Sport Governance in International Sport Governance umbenannt. Die Lehrveranstaltung International Strategic Management wird in das neue Modul Strategy and Governance verlagert. Die bisherige Lehrveranstaltung Ethics in Sport Management wird vermehrt auf internationale Aspekte fokussieren. Das Modul Sport Finance & Accounting wurde aufgrund der zunehmenden Bedeutung von organisationalen und personalen Aspekten des Sports durch das Modul HR-Development ersetzt. Das bisherige Modul Sport Organization & Human Resources befasst sich künftig ausschließlich mit organisationalen Aspekten des Sports und wurde in International Sport Organizations umbenannt. Lehrinhalte sind Organisationsentwicklung, Internationalisierung und Digitalisierung im Sport.

Im Kompetenzbereichs International Event Management erhält das Modul Corporate Event Management durch die neu integrierte Lehrveranstaltung Event & Cross Channel Marketing eine inhaltliche Neuorientierung und wird auf zwei Lehrveranstaltungen konzentriert.

Die Überarbeitung im Kompetenzbereich Marketing Management ist mit der entsprechenden Veränderung im MM-Studiengang identisch.

Der Empfehlung der Erst-Akkreditierung, die Internationalität zu erhöhen, wurde – so die Hochschule – u.a. durch die verstärkte Einbindung in das internationale Hochschulnetzwerk Laureate nachgekommen. Zum anderen wurde die Auslandssemesteroption an der Real Madrid Graduate School weiter ausgebaut. Außerdem wurde die Summer School als Wahlpflichtoption um ein Semester verlängert. Schließlich wird am Standort Berlin der Studiengang – auch im Sinne der Empfehlung der Stärkung der internationalen Ausrichtung – ausschließlich in Englisch angeboten. Den Empfehlungen zur Verbesserung der Ausstattung der Bibliothek und der Qualitätssicherung hinsichtlich des hauptamtlichen Lehrpersonals ist die Hochschule ebenfalls nachgekommen.

Bewertung:

Die Hochschule nutzt die Re-Akkreditierung der Cluster-Studiengänge zu einer umfassenden Überarbeitung der Vermittlung der methodischen und (Basic-)Grundlagen aller vier Studiengänge, die nunmehr gemeinsam erfolgt und so zum einen Kapazitätsprobleme durch zu kleine Lerngruppen vermeidet und zugleich zu einer stärkeren Interdisziplinarität der Ausbildung

durch die unterschiedlichen Fachrichtungen führt. Die Gutachter bewerten die Überarbeitung als gelungen.

In den Kern- Curricula der Studiengänge selbst hat die Hochschule Anpassungen insbesondere an die aktuellen Entwicklungen in den verschiedenen Märkten vorgenommen und dabei insbesondere die zunehmende Digitalisierung und Globalisierung in allen Bereichen berücksichtigt.

Darstellung und Bewertung im Einzelnen

1 Zielsetzung

Ziel der angebotenen Master-Studiengänge ist es, – so die Hochschule – zielorientiert Führungskräftenachwuchs für alle wirtschaftlichen und administrativen Aufgabenbereiche im Hinblick auf die jeweiligen Spezialisierungen auszubilden. Die Studierenden sollen nach ihrem Studium in der Lage sein, ihre anwendungsorientierten Studieninhalte mit grundlegenden wissenschaftlichen Methoden in ihrem nationalen oder internationalen Berufsfeld umsetzen zu können.

Die zu vermittelnden zielsetzungsrelevanten Kompetenzen sind nach Darstellung der Hochschule in fünf Schritten konzipiert worden:

- Bestimmung von gegenwärtig und zukünftig attraktiven Berufsfeldern mittels einer explorativen Berufsfeldanalyse,
- Ermittlung der Qualifikationen bzw. Fähigkeiten, die Tätigkeiten in den entsprechenden ist Berufsfeldern ermöglichen, und Festlegung der entsprechenden Qualifikationsziele,
- Ableitung der zu erwerbenden Basiskompetenzen (z. B. Disziplinen der Betriebswirtschaftslehre), der zu vermittelnden Kernkompetenzen des Studienganges und der Komplementärkompetenzen (z. B. Soft Skills / Fremdsprachen),
- Ableitung der fachlichen, methodischen, sozialen und personalen Kompetenzen sowie Handlungskompetenz(en) und
- Ausarbeitung der Lehrveranstaltungen zur Vermittlung dieser Kompetenzen und Abbildung im Curriculum.

Die Übernahme von Leitungsaufgaben im betriebswirtschaftlichen Management erfordert neben der fachspezifischen Expertise eine systematisch-wissenschaftliche Methodenkompetenz. Sie soll die Absolventen nachhaltig dazu befähigen, den zukünftigen Herausforderungen im Berufsleben in national sowie international agierenden Unternehmen gerecht werden zu können. Die Hochschule benennt folgende individuelle Fähigkeiten, die vermittelt und gefördert werden sollen und die zugleich als Qualifikationsziele interpretiert werden können:

- Ökonomische Denk- und Handlungsmuster erkennen und mit Hilfe betriebswirtschaftlicher Instrumente und Methoden analysieren,
- Erworbene fachliche Expertise sowie Lösungskonzepte systematisch auf praktische Problemstellungen ökonomisch anwenden können,
- Aufgrund neuer Lernerfahrungen und des intensiven Zusammenwirkens in der Gruppe an der eigenen Persönlichkeitsentwicklung arbeiten,
- Stärkung der persönlichen Reife zur Übernahme von Verantwortung in unternehmerischer Hinsicht,
- Komplexe, multidimensionale Vernetzung zwischen den verschiedenen Teilfunktionen im Unternehmen und seiner Umwelt erfassen und
- Entwicklung der eigenen Persönlichkeit aufgrund neuer Lernerfahrungen und des intensiven Zusammenwirkens in der Gruppe.

Diese Ziele sollen in einem Umfeld erreicht werden, das dem persönlichen Engagement der Studierenden im Hinblick auf Selbständigkeit, Kreativität und Kritikfähigkeit genügend Raum gibt. Schließlich wird im Leitbild der Hochschule der soziale und kulturelle Rahmen abgesteckt, in den das Studium eingebettet ist.

Im Studiengang **Business Psychology** soll zielorientiert Führungskräftenachwuchs für alle wirtschaftlichen und administrativen Aufgabenbereiche im Hinblick auf das Human Resource Management, ausgebildet werden.

Der Studiengang soll die Studierenden befähigen, Prozesse im Bereich des HRM eigenständig zu planen, zu implementieren und durchzusetzen. Zugleich sollen sie in die Lage versetzt werden, die zu erwerbenden managementtheoretischer und -praktischer Fähigkeiten im Praxisfeld des Human Resource Management umzusetzen. Die Inhalte basieren auf aktuellen wissenschaftlichen Erkenntnissen aus dem Bereich der Wirtschaftspsychologie mit Fokus auf deren Relevanz für das HRM. Die Vermittlung der Inhalte soll so stets vor dem Hintergrund der deutschen und angloamerikanischen zukünftigen Entwicklung der Wirtschaftspsychologie erfolgen.

Im Studiengang **Finance & Management** sollen – so die Hochschule – die Studierenden auf Tätigkeiten im gehobenen Management in national und international operierenden For-Profit- und Non-Profit-Organisationen in den Bereichen Finance, Accounting & Taxation und Controlling sowie in assoziierten Bereichen vorbereitet werden. Die Studierenden sollen dazu befähigt werden, finanzwirtschaftliche Analyse-, Planungs-, Entwicklungs- und Steuerungsaufgaben in diesen Organisationen professionell zu bewältigen. Ferner sollen sie anwendungsbezogene Inhalte in den genannten Bereichen theoretisch durchdringen und auf dieser Basis für Vorgänge und Probleme der Wirtschaftspraxis selbstständig ökonomisch begründete Lösungen finden können und dabei auch außerfachliche Bezüge beachten.

Ziel des Studienganges ist auch, den Studierenden das Verständnis für die Theorie- und Modellbildung sowie für die Anwendung der Theorien oder Modelle bei der Lösung praktischer Probleme zu vermitteln. Schließlich sollen die Studierende zur kritischen Reflexion der Theorien und Modelle, aber auch der eigenen Sichtweisen und Orientierungen sensibilisiert werden.

Das Curriculum des **FM-Studienganges** ist nach eigener Aussage mit den gängigen Berufsbildern in der Wirtschaft abgestimmt. Die vermittelten Kompetenzen zielen auf eine breite Qualifizierung, die gleichermaßen einen direkten Berufseinstieg oder die akademische Weiterqualifizierung ermöglicht.

Im Studiengang **Marketing Management** sollen – so die Hochschule – Studierende, eine interdisziplinäre, internationale Managementausbildung für die vielfältigen Aufgaben im Marketing erwerben. Der Studiengang soll die Studierenden auf Marketing-Tätigkeiten im gehobenen Management in national und international operierenden Organisationen vorbereiten. Es sollen (Marketing-) Generalisten ausgebildet werden, die in der Lage sind, die vielfältigen Aufgaben des Marketings zu bearbeiten und die unterschiedlichen Spezialisten im Umfeld des Marketings für grundlegende und gemeinsame Lösungen zu koordinieren und zu integrieren. Dies soll erreicht werden durch ein umfassendes Programm zur Ausbildung theoretischer und praktischer Fähigkeiten mit der an der Hochschule bewährten Ausrichtung auf internationale und interdisziplinäre Erfahrungswelten sowie Handlungs- und Sozialkompetenzen, die zur professionellen und verantwortungsvollen Wahrnehmung von Marketingmanagement-Funktionen in nationalen und internationalen Unternehmen und Institutionen auf mittlerer und höherer Führungsebene befähigen.

Der Studiengang **International Sport & Event Management** zielt – so die Hochschule – auf eine interdisziplinäre, internationale Managementausbildung für Analyse-, Planungs-, Entwicklungs- und Steuerungsaufgaben im Sport- und Eventsektor. Er soll Qualifikationen vermitteln, die im Sinne unternehmerischen Denkens und Handelns auf zukünftige Anforderungen einer gehobenen Managementtätigkeit oder einer selbstständigen unternehmerischen Tätigkeit mit Führungsverantwortung auf internationaler Ebene vorbereiten.

Die Hochschule strebt nach eigener Aussage ein durch Offenheit, Vielfalt und Chancengleichheit geprägtes Klima an. Sie fördert Menschen unabhängig von ihrer sozialen Herkunft, Nationalität, sexuellen Orientierung und ihres Geschlechts. Diversität sieht die Hochschule als große Chance, die wertvolle Perspektivwechsel ermöglicht und das kreative Potential erhöht.

Für Studierende mit Behinderung oder chronischer Erkrankung hat die Hochschule in den Prüfungsordnungen der Studiengänge einen umfassenden Katalog von Nachteilsausgleichsregelungen formuliert. Das International Office informiert die Studierenden bei der Wahl der Auslandshochschule über behindertengerecht ausgebaute Hochschulen und die jeweiligen Nachteilsausgleichsregelungen.

Studierende mit Kindern oder pflegebedürftigen Angehörigen haben die Möglichkeit, sich vom Studium beurlauben zu lassen. Bei der Entscheidungsfindung zur Beantragung der Beurlaubung sowie der Planung des weiteren Studienverlaufs helfen den Studierenden die Fakultät und die Servicebereiche der Hochschule. Studentinnen haben zudem die Möglichkeit, Prüfungstermine zu verschieben, wenn diese in Zeiträume fallen, in denen die Regelungen des Mutterschutzes wirksam sind.

Bewertung:

Die Qualifikationsziele der Studiengänge umfassen fachliche und überfachliche Aspekte und beziehen sich insbesondere auf die Bereiche wissenschaftliche oder künstlerische 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, wie beispielsweise Studierende mit gesundheitlichen Beeinträchtigungen, Studierende mit Kindern, ausländische Studierende, Studierende mit Migrationshintergrund und/oder aus so genannten bildungsfernen Schichten, umgesetzt.

	Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
1. Zielsetzung	x		

2 Zulassung

Die Zulassungsbedingungen für den Studiengang sind in der Zulassungs- und Einschreibungsordnung der Hochschule (ZEO) sowie in der Prüfungsordnung dokumentiert und berücksichtigen die Zulassungsvoraussetzungen des Sitzlandes Nordrhein-Westfalen.

In allen Studiengängen ist - geregelt in den einzelnen speziellen Teilen der Prüfungsordnung für den einzelnen Studiengang - mindestens erforderlich ein erster berufsqualifizierender Abschluss auf dem jeweilig „passenden“ Fachgebiet der eigenen Hochschule oder ein Abschluss eines verwandten Studienganges, der einen starken Bezug zu den jeweiligen Fachgebieten aufweist. Bewerber, die ihren Abschluss nicht an der BiTS-Hochschule erworben haben müssen ihre Vorkenntnisse durch den Erwerb (je nach Studiengang) von 24 bis 50 ECTS auf den definierten Fachgebieten nachweisen.

Das Auswahlverfahren, das jeder Bewerber zu absolvieren hat und die Anforderungen sind auf der hochschuleigenen Webseite beschrieben. In der Regel erfolgt die Bewerbung online über diese Webseite. Jede Bewerbung wird automatisch im CRM-System der Studienberatung erfasst und kann so direkt bearbeitet werden.

Wird die Erfüllung der erforderlichen Zulassungskriterien vom Bewerber nachgewiesen, erhält er eine Einladung zum persönlichen Gespräch. In den Master-Studiengängen setzt die Hochschule nach eigener Aussage in der Regel keine leistungsorientierten Testverfahren ein, da die Studierfähigkeit durch den erfolgreichen Abschluss eines Bachelor-Studiums nachgewiesen worden ist. Bedarfsbezogen bzw. bei Unklarheit über die allgemeine Leistungsfähigkeit stehen die computergestützten Testverfahren des Bachelor-Auswahlverfahrens flankierend zur Verfügung.

Im Fokus der Auswahl steht die persönliche Eignung der Studienbewerber, die in einem standardisierten, einstündigen Interview erfasst wird. Das Interview wird jeweils zur Hälfte in deutscher und englischer Sprache geführt. Für den **ISEM-Studiengang** am Standort Berlin wird das Gespräch ausschließlich in Englisch geführt.

Im ersten Teil des Interviews werden die Persönlichkeitseigenschaften mit biografiebezogenen und situativen Fragen in einem teilstrukturierten Interview erfasst. Im Interview werden die psychologischen Persönlichkeitskonstrukte, berufliche Orientierung (Leistungs-, Gestaltungs- und Führungsmotivation), Arbeitsverhalten (Flexibilität, Handlungsorientierung), Soziale Kompetenzen (Sensitivität) und Psychische Konstitution (emotionale Stabilität, Belastbarkeit) erhoben.

Die berufsbezogenen Persönlichkeitsdimensionen werden mit biografiebezogenen und situativen Fragen erfasst, Es wird festgestellt, inwiefern ein Bewerber in der Lage ist, aufgrund eines erlebten Beispiels oder einer Situation, seine Verhaltensweise zu reflektieren. Das Interview selbst verfolgt das Ziel, die Anforderungen der Hochschule verhaltensbezogen abzubilden und hat einen empfehlenden und beratenden Charakter. Das Interview selbst ist bewusst nicht als Auswahlverfahren konzipiert, sondern entspricht einem auf Persönlichkeitsdimensionen aufbauenden Studienberatungsgespräch. Am Ende des Gesprächs erfolgt eine Durchsicht der protokollierten Anmerkungen zu den einzelnen Fragen. Der Interviewer entscheidet sich aufgrund dieser Informationen für eine entsprechende Einschätzung im Hinblick auf die jeweiligen Ausprägungsfaktoren der entsprechenden berufsbezogenen Dimensionen. Am Ende erfolgt eine summarische Erfassung. Diese wird auf dem Deckblatt des Interviewleitfadens vermerkt.

Demgegenüber ist nach eigener Aussage das englischsprachige Interview im zweiten Teil eindeutig leistungsbezogen, da hier die Sprachgewandtheit im Fokus des Interviews steht: In weiteren Fragen soll der Bewerber seine bisherigen Überlegungen zum Master-Studiengang darlegen. Die Fragen beziehen sich auf die Erwartungen in Bezug auf das Master-Programm, auf die Reflexion persönlicher und studienrelevanter Qualifikationen sowie Erfahrungen und seine berufliche Perspektive nach Studienende.

Die Feststellung der erforderlichen englischen Sprachkenntnisse der Studienbewerber erfolgt in der Weise, dass bei einer vorhergehenden Bachelor-Ausbildung an der Hochschule die Englisch-Kompetenz unterstellt wird. Ist der Bachelor-Abschluss an einer anderen Hochschule erworben worden, so werden im Interview mit der Studiengangsleitung im Rahmen des in englischer Sprache geführten Bewerbungsgesprächs auch die Sprachkenntnisse überprüft. Die Studierenden sollen in der Lage sein, englischsprachiges Lehr- und Lernmaterial und englischsprachige Lehrveranstaltungen zu verstehen um die damit verbundenen Prüfungsleistungen erbringen zu können.

Nach Ablauf der beiden Interviewteile werden die Ergebnisse gemeinsam mit dem Bewerber reflektiert. Im Abgleich mit den Anforderungen an das Master-Programm erhält der Kandidat

ein realistisches Bild von der Hochschule und kann auf dieser Grundlage eine eigene Entscheidung treffen, inwiefern die vermittelte Leistungs- und Organisationskultur mit seinen Vorstellungen kompatibel sind.

Nach Durchführung des Bewerbungsverfahrens wird dem Einzelnen mitgeteilt, wie sich die Hochschule entschieden hat. Die Entscheidung über die Eignung der Studienbewerber trifft die Studiengangsleitung oder ein beauftragter Fachdozent. Binnen einer Woche nach dem Interviewtermin erfolgt die schriftliche Zu- bzw. Absage. Im Falle einer Absage wird eine Begründung beigefügt. Bei Auffälligkeiten werden zudem mündlich oder fernmündlich Empfehlungen zur Minimierung von Defiziten gegeben (z. B. Besuch von speziellen Seminaren außerhalb des Curriculums).

Für Bewerber mit Behinderungen ist in der ZEO geregelt, dass der Nachteilsausgleich einzelfallbezogen sichergestellt wird.

Bewertung:

Die Zulassungsbedingungen sind definiert und nachvollziehbar. Die nationalen Vorgaben sind berücksichtigt.

Die Zulassungsbedingungen stellen 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.

Zulassungs- und Auswahlverfahren sind transparent und gewährleisten die Gewinnung qualifizierter Studierender entsprechend der Zielsetzung der Studiengänge. 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		

3 Inhalte, Struktur und Didaktik

3.1 Inhaltliche Umsetzung

Der Studiengänge sind – so die Hochschule – als ganzheitliches Qualifizierungskonzept angelegt, das auf die gleichwertige Vermittlung von Fach-, Vermittlungs-, Methoden- und Sozialkompetenz abzielt und zugleich unternehmerisches Denken und Handeln der Studierenden fördern soll.

Diesem Ansatz entsprechend hat die Hochschule für alle vier Programme studiengangübergreifenden Kompetenzbereiche in einer einheitlichen Struktur entwickelt, die sie wie folgt darstellt:

Area of Competence	1. Semester		2. Semester		3. Semester		4. Semester
General Management	Strategy and Governance	Learning Leadership	Economics and Ethics	First International Experience	Risk and Law	Second International Experience	Master Thesis (Colloquium, Reflection)
	International Strategic Management		International Economics		International Business Law		
	Corporate Governance & Compliance		Corporate Social Responsibility		Risk Management		
Leadership and Analytical Competencies	Networking		Culture		Negotiation		
Network Analysis	Intercultural Competencies		Strategies of Negotiation				
Key Leadership Qualifications	Business Mediation		Balanced Leadership				
Qualitative Research Methods	Quantitative Research Methods	Advanced Statistics	Practicing Leadership				

Der Kompetenzbereich General Management soll die Studierenden für ein nachhaltiges bzw. verantwortliches Handeln im Kerngeschäft der Unternehmen in den Bereichen Ökologie, Soziales und Ökonomie sensibilisieren und darüber hinaus auf Managementtätigkeiten in international kooperierenden und agierenden Unternehmen, Banken sowie Dienstleistungsunternehmen und öffentlichen Institutionen vorbereiten.

Der Kompetenzbereich Leadership and Analytical Competencies vermittelt den Studierenden Prinzipien, Chancen und Risiken der quantitativen und qualitativen Sozialforschung und soll den Studierenden ermöglichen, die Bandbreite und Aussagekraft psychologischer Verfahren für die Führungspraxis zu bewerten, relevante Kompetenzfacetten wirksam in Bezug auf zukünftige Führungspositionen einzusetzen und Strategiemuster für betriebliche Interessensausgleiche zu erproben. Insbesondere die Veranstaltungen Key Leadership Qualifications, Business Mediation sowie Balanced Leadership wurden vor diesem Hintergrund neu entwickelt und für alle Master-Programme als studiengangübergreifende Pflicht-Kompetenz definiert.

Der Bereich Praxis, in den vier Programmen als International & Vocational Training bezeichnet, beinhaltet am Ende des ersten Semesters das Modul Learning Leadership sowie im vierten Semester das Modul Practicing Leadership, die die Studierenden qualifizieren sollen, führungsrelevante Schlüsselqualifikationen in verschiedenen Übungssituationen kennen zu lernen und diese selbst in einer Beobachtergruppe anhand vorgegebener Bewertungskriterien zu reflektieren.

Die Inhalte des **BPM-Studienganges** ergeben sich aus der Übersicht auf der folgenden Seite. Fachlich-inhaltlich vermittelt der Studiengang insbesondere wissenschaftlich fundierte und anwendungsorientierte Kernkompetenzen im Bereich des Leadership und der Wirtschaftspsychologie. Die Entwicklung führungs-theoretischer und -praktischer Fähigkeiten mit der Ausrichtung auf internationale, interdisziplinäre und informationstechnologische Erfahrungen sowie Handlungs- und Sozialkompetenzen sind weitere Inhalte. Sie sollen zur professionellen und verantwortungsvollen Wahrnehmung der Managementfunktionen in nationalen und internationalen Unternehmen auf mittlerer und höherer Führungsebene befähigen, aber auch zur Gründung von Start Up-Unternehmen.

Curriculumsübersicht*
Business Psychology Master (M.Sc.)

Module Course	Credit Points per Semester				Credit-points	Hours per week (HWS)	Workload			weight of exam related to final grade	Form of Examination
	1.	2.	3.	4.			Total	Hours in Class	Hours Self-Study		
Human Resources Management					6	5	180	37,5	142,5	5,45%	
Data-Based HRM	2				2	2	60	15	45		Präsentation
Data Protection Law	2				2	1	60	7,5	52,5		Klausur
Outplacement	2				2	2	60	15	45		Klausur
Gender Mainstreaming and Diversity					5	3	150	22,5	127,5	4,55%	
Gender and Diversity in Organizations	3				3	2	90	15	75		Präsentation
Cases: Implementation of Gender and Diversity Management in Organizations	2				2	1	60	7,5	52,5		Präsentation
Strategies in Change Management					5	4	150	30	120	4,55%	
Corporate Development	2				2	2	60	15	45		Klausur
Consultancy Fields	3				3	2	90	15	75		Klausur
Work Design					6	4	180	30	150	5,45%	
Modern Work and Organizational Analysis		2			2	2	60	15	45		Präsentation
Cases: Designing Effective Organizations		2			2	1	60	7,5	52,5		Präsentation
Conflict Management		2			2	1	60	7,5	52,5		Präsentation
Technology and People Management					5	4	150	30	120	4,55%	
Strategic Competence Management		2			2	2	60	15	45		Präsentation
Virtuality and Digitalization		3			3	2	90	15	75		Präsentation
Change Enablers					5	4	150	30	120	4,55%	
Leadership and Change		3			3	2	90	15	75		Klausur
Systemic View of Organizational Development		2			2	2	60	15	45		Klausur
Health Management					6	6	180	45	135	5,45%	
Health and Stress at Work			2		2	2	60	15	45		Klausur
Corporate Health Care Management			2		2	2	60	15	45		Klausur
Psychopathology: Prevention at work			2		2	2	60	15	45		Klausur
Organizational Aspects of Management					5	3	150	22,5	127,5	4,55%	
Corporate Culture in a globalized world			3		3	2	90	15	75		Klausur
HR-Information Systems			2		2	1	60	7,5	52,5		Klausur
Method of Change					5	3	150	22,5	127,5	4,55%	
Coaching			3		3	2	90	15	75		Präsentation
Cases: Planning of a Change Management Process			2		2	1	60	7,5	52,5		Präsentation
Strategy and Governance					4	4	120	30	90	3,64%	
International Strategic Management	2				2	2	60	15	45		Klausur
Corporate Governance & Compliance	2				2	2	60	15	45		Klausur
Economics and Ethics					4	4	120	30	90	3,64%	
International Economics		2			2	2	60	15	45		Klausur
Corporate Social Responsibility		2			2	2	60	15	45		Präsentation
Risk and Law					4	4	120	30	90	3,64%	
Data Protection Law			2		2	2	60	15	45		Klausur
Risk Management			2		2	2	60	15	45		Klausur
Networking					5	5	150	37,5	112,5	4,55%	
Network Analysis	2				2	2	60	15	45		Präsentation
Key Leadership Qualifications	1				1	1	30	7,5	22,5		Präsentation
Qualitative Research Methods	2				2	2	60	15	45		Präsentation
Culture					5	5	150	37,5	112,5	4,55%	
Intercultural Competencies		2			2	2	60	15	45		Hausarbeit
Business Mediation		1			1	1	30	7,5	22,5		Hausarbeit
Quantitative Research Methods		2			2	2	60	15	45		Klausur
Negotiation					5	5	150	37,5	112,5	4,55%	
Strategies of Negotiation			2		2	2	60	15	45		Präsentation
Balanced Leadership			1		1	1	30	7,5	22,5		Präsentation
Advanced Statistics			2		2	2	60	15	45		Klausur
Learning Leadership					5	2	150	15	135	4,55%	
Learning Leadership		5			5	2	150	15	135		Präsentation
International Experience					10		300		300		
First International Experience			5		5		150		150		
Second International Experience			5		5		150		150		
Practicing Leadership II					2	2	60	15	45	1,82%	
Practicing Leadership			2		2	2	60	15	45		Präsentation
Master Thesis					28	1	840	7,5	832,5	25,45%	
Master Thesis				24	24		720		720		Schriftliche Abschlussarbeit
Master Thesis Reflection and Colloquium				4	4	1	120	7,5	112,5		Disputation
Total	30	30	30	30	120	68	3600	510	3090	100%	

* Subject to change

Die Inhalte des **FM Studienganges** ergeben sich aus der folgenden Übersicht

Curriculumsübersicht* Finance & Management (M.Sc.)

Module	Credit Points per Semester				Credit-points	Hours per week (HWS)	Workload			weight of exam related to final grade	Form of Examinations
	1.	2.	3.	4.			Total	Hours in Class	Hours Self-Study		
Advanced Corporate Finance					8	6	240	45	195	7,27%	
Value-based Corporate Finance	2				2	2	60	15	45		Klausur
Cases in Finance & Management	3				3	2	90	15	75		Klausur
Business Simulation	3				3	2	90	15	75		Klausur
Business Control					8	6	240	45	195	7,27%	
Planning and Budgeting	3				3	2	90	15	75		Klausur
Financial Reporting	3				3	2	90	15	75		Klausur
Controlling: Operational and Organisational Structure	2				2	2	60	15	45		Klausur
Investment Decision Making					8	6	240	45	195	7,27%	
Advanced Asset Management		3			3	2	90	15	75		Klausur
Behavioral Finance		2			2	2	60	15	45		Klausur
Derivatives: Valuation and Strategies		3			3	2	90	15	75		Klausur
Financial Institutions, Accounting & Taxes					8	6	240	45	195	7,27%	
Group Accounting		2			2	2	60	15	45		Klausur
Corporate Taxes		3			3	2	90	15	75		Klausur
Financial Institutions, Services and Industry		3			3	2	90	15	75		Klausur
International Financial Markets					8	6	240	45	195	7,27%	
Regulation of Financial Markets			3		3	2	90	15	75		Hausarbeit
Bloomberg Seminar on International Financial Markets			3		3	2	90	15	75		Klausur
Financial Analysis			2		2	2	60	15	45		Hausarbeit
Organisational Change					8	6	240	45	195	7,27%	
Corporate Consulting & Project Management			3		3	2	90	15	75		Hausarbeit
Corporate Restructuring			3		3	2	90	15	75		Hausarbeit
Change Management			2		2	2	60	15	45		Hausarbeit
Strategy and Governance					4	4	120	30	90	3,64%	
International Strategic Management	2				2	2	60	15	45		Klausur
Corporate Governance & Compliance	2				2	2	60	15	45		Klausur
Economics and Ethics					4	4	120	30	90	3,64%	
International Economics		2			2	2	60	15	45		Klausur
Corporate Social Responsibility		2			2	2	60	15	45		Präsentation
Risk and Law					4	4	120	30	90	3,64%	
International Business Law			2		2	2	60	15	45		Klausur
Risk Management			2		2	2	60	15	45		Klausur
Networking					5	5	150	37,5	112,5	4,55%	
Network Analysis	2				2	2	60	15	45		Präsentation
Key Leadership Qualifications	1				1	1	30	7,5	22,5		Präsentation
Qualitative Research Methods	2				2	2	60	15	45		Präsentation
Culture					5	5	150	37,5	112,5	4,55%	
Intercultural Competencies		2			2	2	60	15	45		Hausarbeit
Business Mediation		1			1	1	30	7,5	22,5		Hausarbeit
Quantitative Research Methods		2			2	2	60	15	45		Klausur
Negotiation					5	5	150	37,5	112,5	4,55%	
Strategies of Negotiation			2		2	2	60	15	45		Präsentation
Balanced Leadership			1		1	1	30	7,5	22,5		Präsentation
Advanced Statistics			2		2	2	60	15	45		Klausur
Learning Leadership					5	2	150	15	135	4,55%	
Learning Leadership	5				5	2	150	15	135		Präsentation
International Experience					10		300		300		
First International Experience		5			5		150		150		
Second International Experience			5		5		150		150		
Practicing Leadership II					2	2	60	15	45	1,82%	
Practicing Leadership			2		2	2	60	15	45		Präsentation
Master Thesis					28	1	840	7,5	832,5	25,45%	
Master Thesis				24	24		720		720		Schriftliche Abschlussarbeit
Master Thesis Reflection and Colloquium				4	4	1	120	7,5	112,5		Disputation
Total	30	30	30	30	120	68	3600	510	3090	100%	

Fachlich-inhaltlich soll das Curriculum des **FM-Studienganges** eine interdisziplinäre, internationale Managementausbildung für Analyse-, Planungs-, Entwicklungs- und Steuerungsaufgaben in den Bereichen Finance, Accounting & Taxation sowie Controlling vermitteln. Der Kompetenzbereich Financial Instruments & Markets umfasst die Analyse, Planung, Steuerung sowie Kontrolle von komplexen Investitions- und Finanzierungsentscheidungen in wertorientiert agierenden Unternehmen. Der Kompetenzbereich Financial Control & Consulting ist auf die Evaluation des Business aus den Perspektiven der Rechnungslegung, Besteuerung und dem Management von Veränderungen ausgerichtet. Hierbei gehören für die beiden erstgenannten Bereiche auch internationale Regulierungsstandards zum Inhalt des Kompetenzbereichs; inhaltlich wird der Unternehmenslebenszyklus von der strategischen Zukunftsplanung bis hin zur krisenbedingten Restrukturierung abgedeckt.

Zum Abschlussgrad Master of Science für den **BPM- und den FM-Studiengang** weist die Hochschule darauf hin, dass in beiden Studiengängen ein ausgeprägter Anteil an quantitativen betriebs- und volkswirtschaftlichen Methoden und Fragestellungen im Studienverlauf enthalten ist und die Studiengänge prägt. Im Studienverlauf werden die wissenschaftlichen Methoden der empirischen Wirtschafts- und Sozialforschung gelehrt. Es sind zahlreiche quantitative und qualitative Verfahren in das Studium integriert, die die Absolventen für die eigenständige Anwendung z. B. multivariater Analyseverfahren in der jeweiligen Disziplin qualifizieren.

Die Studiengangsbezeichnungen beschreiben umfassend die Inhalte der Studiengänge.

Die Inhalte des **MM Studienganges** ergeben sich aus der Übersicht auf der folgenden Seite. Gegenstand ist die Vermittlung problemlösungsorientierter Handlungskompetenz, Analyse-, Planungs-, Entwicklungs- und Steuerungskompetenz im internationalen Kontext. Hinzu kommt die Förderung von Kreativität (z. B. in der Entwicklung von Werbekonzeptionen) und Flexibilität (z. B. bei sich ändernden rechtlichen oder marktbezogenen Einflussfaktoren) hinsichtlich prozessualer und struktureller Veränderungen. Sie sind verbunden mit der Vermittlung und Verstärkung des Verständnisses für wirtschaftliche, rechtliche und interdisziplinäre Sachverhalte und Zusammenhänge. Der Studiengang ist so aufgebaut, dass spezielle Qualifikationen und Kompetenzen im nationalen und internationalen Marketing Management und komplementäre Qualifikationen und Kompetenzen in den Bereichen Skills und Training vermittelt werden.

Curriculumsübersicht* Marketing Management (M.A.)

Module Course	Credit Points per Semester				Credit- points	Hours per week (HWS)	Workload			weight of exam related to final grade	Form of Examination
	1.	2.	3.	4.			Total	Hours in Class	Hours Self- Study		
Principled Marketing					6	4	180	30	150	5,45%	
Marketing Ethics	3				3	2	90	15	75		Hausarbeit
Marketing Law	3				3	2	90	15	75		Klausur
Communication Policy					5	4	150	30	120	4,55%	
Above the Line Communication	3				3	2	90	15	75		Präsentation
Internal Marketing	2				2	2	60	15	45		Präsentation
Consumer Insights					5	4	150	30	120	4,55%	
Consumer Psychology	3				3	2	90	15	75		Klausur
Marketing Intelligence & Consumer Behavior	2				2	2	60	15	45		Klausur
Communication Management					6	4	180	30	150	5,45%	
International Communication Management		3			3	2	90	15	75		Hausarbeit
Crisis Communication		3			3	2	90	15	75		Hausarbeit
Product & Price Policy					6	4	180	30	150	5,45%	
Product Management		3			3	2	90	15	75		Klausur
Price Management		3			3	2	90	15	75		Klausur
International Marketing Analysis & Planning					4	4	120	30	90	3,64%	
Global Marketing Planning		2			2	2	60	15	45		Hausarbeit
Target Group Analysis & Segmentation		2			2	2	60	15	45		Hausarbeit
Sector Specific Marketing					6	4	180	30	150	5,45%	
Trade Marketing			3		3	2	90	15	75		Klausur
Industrial Marketing			3		3	2	90	15	75		Klausur
Sales & Distribution Policy					5	4	150	30	120	4,55%	
Sales Organisation & Management			3		3	2	90	15	75		Präsentation
Supply Chain Management			2		2	2	60	15	45		Präsentation
Digital Marketing					5	4	150	30	120	4,55%	
Social Media Marketing			3		3	2	90	15	75		Hausarbeit
Performance & Affiliate Marketing			2		2	2	60	15	45		Hausarbeit
Strategy and Governance					4	4	120	30	90	3,64%	
International Strategic Management		2			2	2	60	15	45		Klausur
Corporate Governance & Compliance		2			2	2	60	15	45		Klausur
Economics and Ethics					4	4	120	30	90	3,64%	
International Economics		2			2	2	60	15	45		Klausur
Corporate Social Responsibility		2			2	2	60	15	45		Präsentation
Risk and Law					4	4	120	30	90	3,64%	
International Business Law			2		2	2	60	15	45		Klausur
Risk Management			2		2	2	60	15	45		Klausur
Networking					5	5	150	37,5	112,5	4,55%	
Network Analysis		2			2	2	60	15	45		Präsentation
Key Leadership Qualifications		1			1	1	30	7,5	22,5		Präsentation
Qualitative Research Methods		2			2	2	60	15	45		Präsentation
Culture					5	5	150	37,5	112,5	4,55%	
Intercultural Competencies		2			2	2	60	15	45		Hausarbeit
Business Mediation		1			1	1	30	7,5	22,5		Hausarbeit
Quantitative Research Methods		2			2	2	60	15	45		Klausur
Negotiation					5	5	150	37,5	112,5	4,55%	
Strategies of Negotiation			2		2	2	60	15	45		Präsentation
Balanced Leadership			1		1	1	30	7,5	22,5		Präsentation
Advanced Statistics			2		2	2	60	15	45		Klausur
Learning Leadership					5	2	150	15	135	4,55%	
Learning Leadership		5			5	2	150	15	135		Präsentation
International Experience					10		300		300		
First International Experience		5			5		150		150		
Second International Experience			5		5		150		150		
Practicing Leadership					2	2	60	15	45	1,82%	
Practicing Leadership			2		2	2	60	15	45		Präsentation
Master Thesis					28	1	840	7,5	832,5	25,45%	
Master Thesis				24	24		720		720		Schriftliche Abschlussarbeit
Master Thesis Reflection and Colloquium				4	4	1	120	7,5	112,5		Disputation
Total	30	30	30	30	120	68	3600	510	3090	100%	

Die Inhalte des ISEM Studienganges ergeben sich aus den Übersichten auf den folgenden Seiten.

Curriculumsübersicht*
International Sport & Event Management (M.A.)

Module	Credit Points per Semester				Credits-points	Hours per week (HWS)	Workload			weight of exam related to final grade	Form of Examination
	1.	2.	3.	4.			Total	Hours in Class	Hours Self-Study		
International Sport Governance					6	4	180	30	150	5,45%	
International Sport Systems	3				3	2	90	15	75		Hausarbeit
Ethics in International Sport Management	3				3	2	90	15	75		Hausarbeit
Corporate Event Management					5	4	150	30	120	4,55%	
Meeting, Incentive & Travel Management	3				3	2	90	15	75		Präsentation
Event & Cross Channel Marketing	2				2	2	60	15	45		Präsentation
Consumer Insights					5	4	150	30	120	4,55%	
Consumer Psychology	3				3	2	90	15	75		Klausur
Marketing Intelligence & Consumer Behavior	2				2	2	60	15	45		Klausur
HR-Development					8	6	240	45	195	7,27%	
Coaching & Training		3			3	2	90	15	75		Präsentation
Strategic Competence Management		2			2	2	60	15	45		Präsentation
Personnel Development		3			3	2	90	15	75		Präsentation
Exhibition Management					4	4	120	30	90	3,64%	
Exhibition Planning & Implementation		2			2	2	60	15	45		Präsentation
Exhibition Design & Construction		2			2	2	60	15	45		Präsentation
International Marketing Analysis & Planning					4	4	120	30	90	3,64%	
Global Marketing Planning		2			2	2	60	15	45		Hausarbeit
Target Group Analysis & Segmentation		2			2	2	60	15	45		Hausarbeit
International Sport Organizations					6	4	180	30	150	5,45%	
Organizational Development & Internationalization			3		3	2	90	15	75		Hausarbeit
Digitalization in Sport			3		3	2	90	15	75		Hausarbeit
Congress Management					5	4	150	30	120	4,55%	
Congress Planning & Implementation			3		3	2	90	15	75		Präsentation
Stakeholder Management			2		2	2	60	15	45		Präsentation
Digital Marketing					5	4	150	30	120	4,55%	
Social Media Marketing			3		3	2	90	15	75		Hausarbeit
Performance & Affiliate Marketing			2		2	2	60	15	45		Hausarbeit
Strategy and Governance					4	4	120	30	90	3,64%	
International Strategic Management		2			2	2	60	15	45		Klausur
Corporate Governance & Compliance		2			2	2	60	15	45		Klausur
Economics and Ethics					4	4	120	30	90	3,64%	
International Economics		2			2	2	60	15	45		Klausur
Corporate Social Responsibility		2			2	2	60	15	45		Präsentation
Risk and law					4	4	120	30	90	3,64%	
International Business Law			2		2	2	60	15	45		Klausur
Risk Management			2		2	2	60	15	45		Klausur
Networking					5	5	150	37,5	112,5	4,55%	
Network Analysis		2			2	2	60	15	45		Präsentation
Key Leadership Qualifications		1			1	1	30	7,5	22,5		Präsentation
Qualitative Research Methods		2			2	2	60	15	45		Präsentation
Culture					5	5	150	37,5	112,5	4,55%	
Intercultural Competencies		2			2	2	60	15	45		Hausarbeit
Business Mediation		1			1	1	30	7,5	22,5		Hausarbeit
Quantitative Research Methods		2			2	2	60	15	45		Klausur
Negotiation					5	5	150	37,5	112,5	4,55%	
Strategies of Negotiation			2		2	2	60	15	45		Präsentation
Balanced Leadership			1		1	1	30	7,5	22,5		Präsentation
Advanced Statistics			2		2	2	60	15	45		Klausur
Learning Leadership					5	2	150	15	135	4,55%	
Learning Leadership		5			5	2	150	15	135		Präsentation
International Experience					10		300		300		
First International Experience		5			5		150		150		
Second International Experience			5		5		150		150		
Practicing Leadership					2	2	60	15	45	1,82%	
Practicing Leadership			2		2	2	60	15	45		Präsentation
Master Thesis					28	1	840	7,5	832,5	25,45%	
Master Thesis				24	24		720		720		Schriftliche Abschlussarbeit
Master Thesis Reflection and Colloquium				4	4	1	120	7,5	112,5		Disputation
Total	30	30	30	30	120	70	3600	525	3075	100%	

Curriculumsübersicht*
International Sport & Event Management (M.A.)
 (inkl. Auslandssemester an der Real Madrid Graduate School)

Module Course	Credit Points per Semester				Credit-points	Hours per week (HWS)	Workload			weight of exam related to final grade	Form of Examination
	1.	2.	3.	4.			Total	Hours in Class	Hours Self-Study		
International Sport Governance					6	4	180	30	150	7,06%	
International Sport Systems	3				3	2	90	15	75		Hausarbeit
Ethics in International Sport Management	3				3	2	90	15	75		Hausarbeit
Corporate Event Management					5	4	150	30	120	5,88%	
Meeting, Incentive & Travel Management	3				3	2	90	15	75		Präsentation
Event & Cross Channel Marketing	2				2	2	60	15	45		Präsentation
Consumer Insights					5	4	150	30	120	5,88%	
Consumer Psychology	3				3	2	90	15	75		Klausur
Marketing Intelligence & Consumer Behavior	2				2	2	60	15	45		Klausur
Auslandssemester an der Real Madrid Graduate School					25	23	750	172,5	577,5		
Auslandssemester		25			25	23	750	172,5	577,5		Master Thesis, Final Project
International Sport Organizations					6	4	180	30	150	7,06%	
Organizational Development & Internationalization			3		3	2	90	15	75		Hausarbeit
Digitalization in Sport			3		3	2	90	15	75		Hausarbeit
Congress Management					5	4	150	30	120	5,88%	
Congress Planning & Implementation			3		3	2	90	15	75		Präsentation
Stakeholder Management			2		2	2	60	15	45		Präsentation
Digital Marketing					5	4	150	30	120	5,88%	
Social Media Marketing			3		3	2	90	15	75		Hausarbeit
Performance & Affiliate Marketing			2		2	2	60	15	45		Hausarbeit
Strategy and Governance					4	4	120	30	90	4,71%	
International Strategic Management	2				2	2	60	15	45		Klausur
Corporate Governance & Compliance	2				2	2	60	15	45		Klausur
Risk and Law					4	4	120	30	90	4,71%	
International Business Law			2		2	2	60	15	45		Klausur
Risk Management			2		2	2	60	15	45		Klausur
Networking					5	5	150	37,5	112,5	5,88%	
Network Analysis	2				2	2	60	15	45		Präsentation
Key Leadership Qualifications	1				1	1	30	7,5	22,5		Präsentation
Qualitative Research Methods	2				2	2	60	15	45		Präsentation
Negotiation					5	5	150	37,5	112,5	5,88%	
Strategies of Negotiation			2		2	2	60	15	45		Präsentation
Balanced Leadership			1		1	1	30	7,5	22,5		Präsentation
Advanced Statistics			2		2	2	60	15	45		Klausur
Learning Leadership					5	2	150	15	135	5,88%	
Learning Leadership	5				5	2	150	15	135		
First International Experience					10		300		300		
First International Experience		5			5		150		150		
Second International Experience			5		5		150		150		
Practicing Leadership					2	2	60	15	45	2,35%	
Practicing Leadership			2		2	2	60	15	45		
Master Thesis					28	1	840	7,5	832,5	32,94%	
Master Thesis				24	24		720		720		Schriftliche Abschlussarbeit
Master Thesis Reflection and Colloquium				4	4	1	120	7,5	112,5		Disputation
Total	30	30	30	30	120	70	3600	525	3075	100%	

* Subject to change

Der **ISEM-Studiengang** ist fokussiert auf die speziellen Qualifikationen und Kompetenzen im internationalen Sport-, Event- und Marketingmanagement. Er verbindet – so die Hochschule – die Kombination aus problemlösungsorientierter Handlungskompetenz, Analyse-, Planungs-, Entwicklungs- und Steuerungskompetenz im internationalen Kontext, Kreativität und Flexibilität hinsichtlich prozessualer und struktureller Veränderungen mit einem Verständnis für wirtschaftliche, rechtliche und interdisziplinäre Sachverhalte und Zusammenhänge.

Die Inhalte des optionalen Auslandssemesters in Madrid an der Real Madrid Graduate School sind auf den Studiengang abgestimmt. Es vermittelt insbesondere detaillierte fachliche und methodische Kompetenzen im Sportmarketing. Außerdem erwerben die Studierenden erweiterte fachliche und methodische Kompetenzen in ergänzenden Disziplinen, z. B. im General Management, Sport Management und Event Management.

Obwohl „Sport“ Teil der Studiengangsbezeichnung ist, werden Themen des Sportmanagements nur in einem relativ geringen Umfang behandelt, es sei denn, dass die Option des Auslandssemesters an der Partnerhochschule in Madrid gewählt wird.

Zum Abschlussgrad Master of Arts für den **MM- und den ISEM-Studiengang** weist die Hochschule darauf hin, dass dieser Abschluss der inhaltlichen und strukturellen Ausrichtung des Studienganges sowie der Konzentration auf ein durchgängig hohes methodisches und wissenschaftliches Niveau bei einem gleichzeitig konsequent praxisorientierten Anwendungsbezug entspricht.

Aufbau und Ablauf des Studiums und die Organisation der Prüfungen werden den Studierenden während der Einführungswoche und vor dem ersten Prüfungszeitraum erläutert. Studiengangsleitung und Examination Office bieten hierzu Infotermine an und erläutern den Studierenden relevante Eckdaten des Studienverlaufs (z. B. zu Anmeldefristen, Prüfungsleistungen)

Die Prüfungen folgen den Lehreinheiten in möglichst kurzem Abstand. In Modulprüfungen werden die Lehrinhalte der sich über ein Semester erstreckenden Module erfragt. Wiederholungsprüfungen werden in der Regel direkt zu Beginn (Zweitprüfung) bzw. gegen Ende (Drittprüfung) des folgenden Semesters abgenommen.

Die Prüfungsleistungen sind in der Prüfungsordnung geregelt und beschrieben. Es kommen verschiedene Prüfungsformen zum Einsatz, die auf die jeweiligen Lernergebnisse des Moduls abgestimmt sind. Die Erbringung der Prüfungsleistung wird bei der Workload-Kalkulation berücksichtigt.

Grundsätzlich ist von den Dozenten bei jeder Prüfungsgestaltung zu beachten, dass in der Prüfung neben nötigem Fachwissen vor allem das Transferwissen erfragt wird, um so die Reflexionsfähigkeit der Studierenden zu verbessern.

Die Rahmenbedingungen für das Erstellen der Master-Arbeit sind ebenfalls in der Prüfungsordnung geregelt. Kriterien für ihre Bewertung sind in entsprechenden Bewertungsbögen für Master-Thesen festgehalten.

Die Master Thesis wird durch eine mündliche Prüfung im Rahmen der Veranstaltung Master Thesis Reflection and Colloquium ergänzt. Es erfolgt eine kurze thematische Vorstellung der Problemstellung, des Verlaufs der Untersuchung sowie wesentlicher Ergebnisaspekte durch die Studierenden. Im Anschluss sind vertiefende Fragen zu dem Vortrag sowie zu der Arbeit vorgesehen. Aus beiden Prüfungsleistungen ergibt sich dann das Prüfungsergebnis, das direkt vor Ort mitgeteilt wird und den Studienabschluss darstellt. Einzelheiten regelt die Studien- und die Prüfungsordnung.

Bewertung:

Das Curriculum trägt den Zielen der Studiengänge angemessen Rechnung und gewährleistet 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. Dies gilt nur eingeschränkt für den **ISEM**-Studiengang dessen Curriculum Themen des Sport- und Eventmanagements nur in relativ geringem Umfang, es sei denn, dass die Option des Auslandssemesters an der Partnerhochschule in Madrid gewählt wird. Das ist mit Ausnahme der Option Madrid aus Sicht der Gutachter ein sehr geringer Anteil, um die Erwähnung von Sport und Event in der Studiengangsbezeichnung zu rechtfertigen. Allerdings ist die Studiengangsbezeichnung nicht evident falsch. Die Gutachter empfehlen deshalb sehr, den Anteil von Sport- und Eventmanagement-Veranstaltungen zu erhöhen.

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. Abweichungen sind begründet und zielführend.

	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	4 Semester
Anzahl der zu erwerbenden ECTS-Punkte	120
Studentische Arbeitszeit pro ECTS-Punkte	30
Anzahl der Module der Studiengänge	BPM: 20; FM: 17; MM:20; ISEM: 20
Module mit einer Größe unter 5 ECTS-Punkte	keine
Bearbeitungsdauer der Abschlussarbeit in Wochen und deren Umfang in ECTS-Punkten	24 ECTS-Punkte

	Wo geregelt in der Prüfungsordnung?
Anerkennung von an anderen Hochschulen erbrachten Leistungen	§ 18 Abs. 1 der Prüfungsordnung für Master- Studiengänge
Anrechnung von außerhochschulisch erbrachten Leistungen	§ 18 Abs. 2 der Prüfungsordnung für Master- Studiengänge
Nachteilsausgleich für Studierende mit Behinderung	§ 19 der Prüfungsordnung für Master- Studiengänge
Studentische Arbeitszeit pro CP	§ 3 Abs. 3 der Prüfungsordnung für Master- Studiengänge
Relative Notenvergabe oder Einstufungstabelle nach ECTS	§ 15 Abs. 4 der Prüfungsordnung für Master- Studiengänge
Vergabe eines Diploma Supplements	§ 26 Abs. 3 der Prüfungsordnung für Master- Studiengänge

Die Curricula der Studiengänge sind vollständig modularisiert. Ein Modul wird dabei in einem Semester abgeschlossen und hat grundsätzlich eine Mindestgröße von 5 ECTS. In vier Modulen des Studienganges wird die Vorgabe der modulübergreifenden Prüfung nicht eingehalten.

ten und es sind mehrere Teilprüfungen in unterschiedlichen Formen (Klausur, Hausarbeit oder Präsentation) je Modul zu absolvieren. Die Hochschule begründet dies insbesondere damit, dass die Prüfungsform den zu prüfenden Kompetenzen entsprechen solle und insbesondere in den drei studiengangübergreifenden Modulen aus didaktischen Gründen unterschiedlich strukturierte Inhalte bzw. Kompetenzformen behandelt werden.

Die Modulbeschreibungen beinhalten Angaben zu den vorgesehenen Kompetenzen und Lernzielen sowie zu Lernmethoden, Kompetenznachweisen und Bewertungskriterien und Verwendbarkeit der Module einschließlich der Zugangsvoraussetzungen. Die Literaturangaben sind aktuell und vielfältig.

Auslands- und Praxisphasen sind in das Curriculum integriert und ebenfalls mit ECTS versehen.

Die Abschlussnote wird auch nach dem ECTS-System ausgewiesen. Die Absolventen erhalten ein „Diploma Supplement“ sowie Kursbescheinigungen in Englisch.

Studien- und Prüfungsmodalitäten für die Master-Studiengänge sind im Allgemeinen Teil der Prüfungsordnung für die Master-Studiengänge sowie in den jeweiligen speziellen Teilen der Prüfungsordnung für die einzelnen Master-Studiengänge geregelt. Darin werden insbesondere die verschiedenen Arten und die Durchführung von Prüfungen sowie die Wiederholungsmöglichkeiten, Sonderregelungen oder die Anrechnung von vorherigen Prüfungsleistungen definiert.

Gemäß der in der Grundordnung der Hochschule festgehaltenen Regelungen werden die Prüfungsordnungen vom Senat verabschiedet. Sie werden vor ihrer Veröffentlichung einer Rechtsprüfung durch das Rektorat unterzogen und im Verkündungsblatt der Hochschule veröffentlicht.

Die Studierbarkeit der Programme soll nach Darstellung der Hochschule durch folgende Parameter gewährleistet:

- durchgängige Modularisierung des Curriculums,
- Integration von Praxisphasen / Auslandsaufenthalten in das Curriculum,
- systematische Vernetzung der Module,
- Ausstattung der Module mit in der Regel 5 - 8 ECTS-Punkten,
- Workload von 30 Arbeitsstunden pro ECTS-Punkt,
- maximaler Arbeitsaufwand pro Semester von 900 Stunden,
- kleine Gruppengrößen,
- intensive Betreuung der Studierenden durch Dozenten und Verwaltung,
- fachliche und überfachliche Beratung, insbesondere durch die Studiengangsleitung und die Servicebereiche der Hochschule sowie
- angemessene Prüfungsdichte durch integrierte Prüfungen und den Einsatz verschiedener Prüfungsformen.

Um den Studierenden eine parallele Berufs- oder Werkstudententätigkeit zu ermöglichen beginnt während der 10-wöchigen Vorlesungszeit der Lehrbetrieb mittwochs 14 Uhr und dauert bis Samstag einschließlich (donnerstags bis samstags ganztägig). Die Vorlesungen beginnen im Wintersemester in der ersten Oktoberwoche und enden in der Woche vor Weihnachten. Die Prüfungen finden in der folgenden ersten Januar-Woche statt. Eine vergleichbare Verteilung weist der Stundenplan für das Sommersemester aus.

Für Studierende mit Behinderung oder chronischer Erkrankung enthält die Prüfungsordnung in § 19 einen umfassenden Katalog von Nachteilsausgleichsregelungen. Das International Office informiert die Studierenden bei der Wahl der Auslandshochschule über behindertengerecht ausgebaute Hochschulen und die jeweiligen Nachteilsausgleichsregelungen.

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. Ggf. vorgesehene Praxisanteile werden so gestaltet, dass CP erworben werden können. Module umfassen in der Regel mindestens 5 CP, Ausnahmen sind plausibel begründet. Die Studiengänge sind so gestaltet, dass sie Zeiträume für Aufenthalte an anderen Hochschulen und in der Praxis ohne Zeitverlust bieten. Die Modulbeschreibungen enthalten alle erforderlichen Informationen gemäß KMK-Strukturvorgaben.

Studiengang, Studienverlauf und Prüfungsanforderungen sind dokumentiert und veröffentlicht.

Die Gesamtregelstudienzeit beträgt im Vollzeitstudium fünf Jahre (zehn Semester).

Es existiert eine vorläufige Prüfungsordnung. Die Vorgaben für die Studiengänge sind darin unter Einhaltung der nationalen und landesspezifischen Vorgaben umgesetzt. Anerkennungsregeln für an anderen Hochschulen erbrachte Leistungen gemäß der Lissabon Konvention und außerhochschulisch erbrachte Leistungen 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 oder einer Einstufungstabelle nach ECTS angegeben. Die Prüfungsordnung für die einzelnen Studiengänge sind noch nicht verabschiedet und wurden bisher keiner Rechtsprüfung unterzogen. Die Gutachter empfehlen deshalb eine entsprechende **Auflage**.

Zur Studierbarkeit weisen die Gutachter darauf hin, dass die Kontaktzeiten mit 510 bzw. 525 Kontaktstunden insgesamt allerdings deutlich unter den sonst üblichen Anteilen am Gesamtworkload von 3.600 Stunden liegen. Selbst wenn der Aufwand von 24 ECTS für die Master-Arbeit abgezogen wird, verbleibt der Anteil der Kontaktstunden in der Mehrzahl der Module unter 20 Prozent. Besondere Maßnahmen, um diesen geringen Anteil z.B. durch konkrete Anleitungen zum Selbststudium zu begegnen oder ihn auszugleichen, sind nicht getroffen.

Die Studierbarkeit der Studiengänge wird außerdem dadurch erschwert, dass die objektiv kurzen Vorlesungszeiten erst relativ spät im Semester beginnen und früh im Semester enden, sodass für die Bewältigung des Workloads bis zu den Prüfungsterminen insgesamt nur eine vergleichsweise geringe Zeitspanne mit einem (theoretischen) wöchentlichen Workload von weit über 40 Stunden verbleibt. Hinzu kommt noch die mögliche Berufstätigkeit oder Werkstudententätigkeit an den beiden ersten Wochentagen. Die Gutachter haben deutlich Zweifel, dass das Arbeitspensum in dieser Strukturierung überhaupt bewältigt werden kann und nicht zugleich die Master-Qualität der Studiengänge gefährdet wird.

Die Gutachter empfehlen deshalb folgende **Auflage**

Die Hochschule gewährleistet das Master-Niveau des Studienganges durch entsprechende Maßnahmen wie die Erhöhung der Kontaktstunden, didaktisch sinnvolle Selbstlernhilfen) und stellt nachweisbar sicher, dass eine gleichmäßige Verteilung des Workloads von 900 Stunden über die Dauer des gesamten Semesters möglich ist.

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		
3.2.2 Studien- und Prüfungsordnung			Auflage
3.2.3 Studierbarkeit			Auflage

3.3 Didaktisches Konzept

Das didaktische Konzept des Studienganges wird durch die Darstellung der Veranstaltungsformen beschrieben. In den Vorlesungen werden fachliche und methodische Kenntnisse (theoretischer Hintergrund) durch Vortrag und Diskussion unter Einsatz von Medien (u. a. Metaplanwände, Overheadprojektoren, Filme) vermittelt. In den Übungen wird der Lehrstoff anhand von Problemstellungen oder Fällen der betrieblichen Praxis durch den Dozierenden demonstriert bzw. in der Gruppe bearbeitet. Die individuelle Problemlösungskompetenz wird im Rahmen von Ausarbeitungen (Homework) durch entsprechende Aufgabenstellungen entwickelt und durch das Leistungs-Feedback des Dozierenden geschult. Im Selbststudium soll die Wissensaneignung durch eigenständiges Skript- und Literaturstudium auch auf der Basis von Literaturhinweisen von den Dozierenden erfolgen. In den Fallstudien wird der fachsystematisch entwickelte Lehrstoff exemplarisch mit praktischen Fällen unter aktiver Beteiligung der Studierenden in der Regel als Gruppenarbeit vertieft und ergänzt. Auch hierdurch soll die individuelle Gestaltungs- und Handlungskompetenz nachhaltig gestärkt werden. Zudem werden in diesem Bereich häufig Praxispartner aus dem Unternehmensnetzwerk der Hochschule einbezogen, um den Anwendungsbezug zu stärken und den Transfer von Theorie in die Unternehmenspraxis zu unterstützen.

Die Kleingruppen erlauben ein interaktives Lehr- und Lernklima zwischen Lehrenden und Lernenden und die individuelle Betreuung (Coaching) fördert und fordert regelmäßige Leistungsfeedbackgespräche.

Die Studierenden sollen so realistisch auf spätere Tätigkeiten in der Wirtschaft vorbereitet werden, in denen neben der Arbeit in unterschiedlichen Projekten und Teamkonstellationen der konstruktive Umgang mit Fremdfeedback ein wesentliches Element zur Steuerung der eigenen Lern- und Arbeitsmotivation darstellt. Wesentlich im didaktischen Konzept ist in allen Elementen die Umsetzung des Wechsels von einer Lehr- zu einer Lernorientierung. Die Anleitung der Studierenden zur eigenständigen Erarbeitung von Inhalten, Aneignung und Übung von Kompetenzen und die Weiterentwicklung ihrer Persönlichkeit stehen im Mittelpunkt.

Erkenntnisse der Lernforschung werden in die Lehre integriert, die Lehrenden sind aufgefordert, sich hier auf dem aktuellen Stand zu halten.

Die Modulverantwortlichen sorgen – so die Hochschule – für einen ausgewogenen und den Inhalten angemessenen Methodeneinsatz innerhalb der Module, die Prodekane laden die Lehrenden des Studienganges regelmäßig zu inhaltlichem und didaktisch-methodischem Austausch und Abstimmung ein.

Die Studienmaterialien werden von den Dozenten der jeweiligen Veranstaltung erstellt und bereitgestellt. Sie sind dazu angehalten, ihre Materialien auf dem aktuellen Stand zu halten

(Forschungsergebnisse, Fallbeispiele, Rechtsgrundlagen etc.) und den Lehrstoff für die Studierenden nachvollziehbar darzustellen.

Ein großer Teil der begleitenden Studienmaterialien wird den Studierenden in englischer Sprache zur Verfügung gestellt. Dieses Gesamtpaket wird für jede Lehrveranstaltung detailliert in den jeweiligen Modulbeschreibungen beschrieben. Da diese öffentlich zugänglich sind, ist die so entstehende Transparenz ein Ansporn für die Dozenten, ihre Materialien stets zu aktualisieren. Über das Studenten-Informationssystem können Materialien, Links, Hinweise, Termine, Deadlines schnell und unkompliziert verbreitet werden. Vor dem Hintergrund des Leitbildes der Hochschule und der guten Einbettung in die Praxis bestehen zahlreiche Kontakte zu Unternehmen und Organisationen. Insoweit besteht eine große Bereitschaft von Unternehmen, den Praxisbezug der Hochschule durch Vorträge inner- und außerhalb des Curriculums zu unterstützen.

Bewertung:

Das didaktische Konzept der Studiengänge ist nachvollziehbar und auf das Studiengangsziel hin ausgerichtet. In den Studiengängen sind adäquate Lehr- und Lernformen vorgesehen. Die begleitenden Lehrveranstaltungsmaterialien entsprechen dem zu fordernden Niveau und sind zeitgemäß.

		Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
3.3	Didaktisches Konzept	x		

4 Wissenschaftliches Umfeld und Rahmenbedingungen

4.1 Personal

Die Lehre wird wie aus der vorgelegten Lehrverflechtungsmatrix für die Studiengänge an den drei Standorte Iserlohn, Hamburg und Berlin erkennbar im Studienjahr 2015/16 überwiegend von hauptberuflich tätigen Professoren wahrgenommen, die geforderte professorale Lehrquote von mindestens 50% wird jeweils im Einzelnen nachgewiesen.

Für den Standort Hamburg, der erst zum WS 2014/15 mit dem ersten Studienjahrgang gestartet ist, hat die Hochschule begonnen, einen eigenen Fachbereich Wirtschaft aufzubauen. Aufgrund einer entsprechenden Auflage aus der früheren Akkreditierung des Standortes Hamburg sowie die vorgelegte Lehrverflechtungsmatrix hat die Hochschule dargelegt, dass sie über entsprechendes Personal auch für das zusätzliche Angebot in Hamburg verfügt.

Die Einstellungsvoraussetzungen für Professoren ergeben sich aus den Vorgaben des nordrhein-westfälischen Hochschulrechts und sind in der Berufsordnung geregelt. Sie erfordern den Nachweis angemessener wissenschaftlicher, pädagogisch-didaktischer und praxisbezogener Kenntnisse und Kompetenzen, die im Berufungsverfahren nachzuweisen sind.

Auch bei der Auswahl externer Lehrbeauftragter wird darauf geachtet, dass die Dozenten über eine angemessene wissenschaftliche Qualifikation und über Vorkenntnisse in der Lehre verfügen.

Die Hochschule bietet ihren Dozenten verschiedene Formate zur Weiterqualifizierung an. Diese umfassen Inhouse-Schulungen, Online-Kurse, Tagungsteilnahmen sowie individuell zugeschnittene Weiterbildungsmaßnahmen an. Sie werden von der Beauftragten für Didaktik

und Hochschulinnovationen der Hochschule angeboten, die auch Hilfestellung bei der Unterrichtsgestaltung und für Fragen oder Hospitationen zur Verfügung steht. Zudem organisiert sie für den Lehrkörper der Workshops, informiert über Angebote zum Thema und erörtert regelmäßig in Lehrmails Strategien zur Unterrichtsgestaltung.

Die festangestellten Professoren verfügen alle über mindestens fünf Jahre qualifizierte Berufserfahrung. In vielen Fällen führen die Dozenten nebenberuflich eigene Unternehmen oder sind als Berater tätig. So wird eine enge Verzahnung zwischen wissenschaftlicher und berufspraktischer Ausbildung gewährleistet. Auch bei der Auswahl externer Lehrbeauftragter legt die Hochschule Wert auf angemessene berufspraktische Erfahrung.

Erster Ansprechpartner im Studiengang für Studierende, Lehrende und Verwaltung ist am Standort Iserlohn der Prodekan. Er wird vom Studiengangsleiter vertreten. Prodekan und Studiengangsleitungen stehen im ständigen Austausch.

Sie wählen die Lehrbeauftragten für den Studiengang aus und organisieren die Einarbeitung der Dozenten (Lernergebnisse, Einordnung der Veranstaltung ins Curriculum, Prüfungsleistungen, organisatorische Abläufe etc.). Sie definieren Standards für den Studiengang, (z.B. Prüfungsformen, erlaubte Hilfsmittel, Bearbeitungszeiten). Beim Prodekan laufen alle Informationen zum Studiengang zusammen (Evaluationsergebnisse, Studierendenkennzahlen, Feedback von Studierenden, Dozenten und Unternehmen, Marktanalysen, Interessentenzahlen, Informationen zum Wahlverhalten der Studierenden usw.).

In Hamburg und Berlin sind die örtlichen Standort-Studiengangsleiter für die Gewährleistung einer angemessenen Aufgabenwahrnehmung auf dem angestrebten Niveau verantwortlich und nehmen für den Standort die zuvor beschriebenen Aufgaben des Prodekans war. Die Standort- Studiengangsleiter sind stets hauptberufliche Lehrende.

Die standortübergreifende Koordination des Studienganges obliegt dem Prodekan, der insbesondere für einen reibungslose Koordination des Lehr-, Studien- und Prüfungsbetrieb Sorge trägt. Modulverantwortliche Dozenten stimmen sich standortübergreifend ab, um sicherzustellen, dass die Inhalte der einzelnen Module überschneidungsfrei sind. An beiden Standorten wird proportional zu deren Wachstum auch eine eigene Verwaltung aufgebaut.

Die Verwaltungseinheiten haben sich – so die Hochschule – den Servicegedanken und die Schaffung einer leistungsförderlichen, motivierenden Umgebung zum Grundsatz gemacht. Alle Mitarbeiter sind mit ihren Aufgaben und Kontaktdaten auf der hochschuleigenen Webseite aufgeführt. Wichtige Positionen sind mehrfach besetzt, wie z.B. das Studiensekretariat oder das Prüfungsamt, um Spitzenlasten auch bei Urlaubs- oder Krankheitsfällen bewältigen zu können.

Insgesamt verfügt die Hochschule über eine vollständig ausgebaute Verwaltung. Definierte Prozesse und abgegrenzte Zuständigkeiten sollen eine rasche und lösungsorientierte Verwaltungsunterstützung für die Studierenden und Lehrenden ermöglichen. Alle Abteilungen sind direkt ansprechbar, es herrscht die „Open-Door-Policy“. Die überschaubare Größe der Hochschule ermöglicht dabei stets eine sehr persönliche Ansprache.

Die studienorganisatorischen Aufgaben werden fachbereichsübergreifend durch das Studiendensekretariat, das Prüfungsamt und die Stundenplanung übernommen. Um allen Hochschulangehörigen eine langfristige Planung zu ermöglichen, werden jedes Semester die sog. Semestereckdaten (Termine für Propädeutika, Einführungstage, Vorlesungs- und Prüfungszeiten) der nächsten drei Jahre veröffentlicht. Die Stundenpläne werden zudem in der Regel einen Monat vor Vorlesungsbeginn veröffentlicht.

Die administrativen Prozesse an der Hochschule werden durch elektronische Services und Funktionen unterstützt. Durch das 2015 implementierte Campus-Management-System können Studierende eigenständig ihre Leistungsübersichten ausdrucken. Eine App-Funktion ermöglicht das einfache Einsehen von Stundenplänen oder die Weitergabe von Informationen an Studierende und Dozenten ohne Zeitverzögerung.

Maßnahmen zur Personalentwicklung und -qualifizierung der Verwaltung sind vorhanden. Sie werden in der Regel individuell auf die Bedarfe des jeweiligen Mitarbeiters bzw. der Abteilung abgestimmt. Die Hochschule bietet für alle Mitarbeiter ab dem Wintersemester 2016/17 zudem wöchentliche Englisch-Kurse an.

Bewertung:

Anzahl und Struktur des Lehrpersonals korrespondieren, auch unter Berücksichtigung der Mitwirkung in anderen Studiengängen, mit den Anforderungen der Studiengänge. Sie entsprechen den nationalen Vorgaben. Maßnahmen zur Personalentwicklung und -qualifizierung des Lehrpersonals sind vorhanden.

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	x		
4.1.2 Studiengangsleitung und Studienorganisation	x		
4.1.3 Verwaltungspersonal	x		

4.2 Kooperationen und Partnerschaften (falls relevant)

Nicht relevant

4.3 Sachausstattung

Als räumliche Ausstattung verfügt die Hochschule am Standort Iserlohn auf 11.000 qm über 40 Vorlesungs- bzw. Seminarräume, eine Bibliothek, ein TV- und ein Radio Studio sowie Cafeteria/Aufenthaltsbereiche. Die Räumlichkeiten werden teilweise zusammen mit der Schwestereinrichtung BTK genutzt.

Auf dem Hamburger Campus Altona² stehen der Hochschule auf einer Fläche von 2.500 qm 15 Vorlesungs- bzw. Seminarräume, eine Bibliothek, ein TV- und ein Radio Studio sowie Cafeteria/Aufenthaltsbereiche zu Verfügung. Hinzukommt eine Fläche von weiteren 2.500 qm, die von der BTK genutzt werden und bei Bedarf – soweit verfügbar – außerdem von der Hochschule genutzt werden können.

² Die Räumlichkeiten in Hamburg sind aus früheren Akkreditierungen bekannt.

In Berlin³ bezieht die Hochschule am Potsdamer Platz im Sommer 2016 neue Räumlichkeiten. Dort stehen auf einer Fläche von 1800 qm 10 Vorlesungs- bzw. Seminarräume, eine Bibliothek, ein TV- und ein Radio Studio sowie Cafeteria/Aufenthaltsbereiche zu Verfügung. Sie wird sie gemeinsam mit BTK beziehen.

Alle Vorlesungs-/Seminarräume sind mit Beamer, Overhead-Projektor, Whiteboard und Flipchart ausgestattet. Zusätzlich zu den Gruppenarbeitsräumen können die Seminar- und PC-Räume von Studierenden für Gruppenarbeiten reserviert und genutzt werden. Die Räume und Zugänge sind behindertengerecht ausgestattet und barrierefrei erreichbar. In den Gebäuden gibt es ein kostenfreies WLAN-Netz, das von Studierenden und anderen Hochschulangehörigen mit eigenen Rechnern oder den hochschulschuleigenen Notebooks genutzt werden kann.

Die Bibliothek am Standort Iserlohn entspricht nach eigener Einschätzung den Erfordernissen der gelehrten Fachgebiete. Sie wird hauptamtlich von einer wissenschaftlichen Bibliothekarin geleitet, die den Studierenden bei Recherchefragen oder Fragen zum wissenschaftlichen Arbeiten zur Verfügung steht. Der Bestand der Bibliothek im Umfang von ca. 12 000 Medieneinheiten wird in Absprache mit den Dozenten laufend ergänzt und aktualisiert. Darüber hinaus besteht eine Absprache mit der Fernuniversität Hagen, dass Studierende die dortige Bibliothek nutzen können. Darüber hinaus können Studierende aus NRW Leihhausweise bei den Universitätsbibliotheken des Landes beantragen.

Die HTK Bibliothek am Standort Hamburg wird für die Studierenden erweitert und soll um fachbezogene Literatur ergänzt werden. Eine entsprechende Anschaffungsliste ist von der Bibliothekarin am Standort Iserlohn in Abstimmung mit den Prodekanen erstellt worden. Gegenwärtig verfügt die Bibliotheken in Hamburg bzw. Berlin über einen Bestand von 1.566 bzw. 7.000 Medieneinheiten für die BiTS- und die btk-Studierenden.

An allen Standorten können die Studierenden zudem die Universitäts- und Spezialbibliotheken vor Ort nutzen und dort Leihhausweise beantragen. Etwaige Kosten für die Erstellung von Bibliotheksausweisen werden den Studierenden von der Hochschule erstattet.

Alle Studierenden können auf die Online-Datenbanken Digitale Bibliothek NRW, Wiso Plus, Statista World E-Book-Library und EconBiz zugreifen.

Allerdings ist der Zugriff auf die Datenbanken zum überwiegenden Teil nur vom jeweiligen Campus der Hochschule aus möglich. Dies wurde insbesondere von den Studierenden bedauert.

Zusätzlich stehen die Datenbanken des von der DFG finanzierte Projekt „Nationallizenzen“ zur Verfügung. Über das Laureate-Netzwerk hat die Hochschule Zugriff auf die Datenbanken WOBI (Videomaterial), Harvard Business Portal (momentan nur für Dozenten) und World eBook Library. Darüber hinaus besteht eine Absprache mit der Fernuniversität Hagen, dass Studierende die dortige Bibliothek nutzen können. Darüber hinaus können Studierende aus NRW Leihhausweise bei den Universitätsbibliotheken des Landes beantragen.

Die jeweiligen Öffnungszeiten der Bibliothek werden der Vorlesungszeiten und vorlesungsfreien Zeiten werden durch Aushang bzw. im Intranet kommuniziert. Gegenwärtig gibt die Hochschule folgende Öffnungszeiten an:

Vorlesungszeit:

Mo | Di | Mi | Fr 8:30 – 19:00 Uhr

³ Für die noch nicht bezogenen Räumlichkeiten in Berlin hat die Hochschule Unterlagen und Pläne vorgelegt, die auf zweckmäßige und angemessene Nutzungsmöglichkeiten schließen lassen.

Do 8:30 – 21:00 Uhr

Vorlesungsfreie Zeit:

Mo | Di | Mi | Fr 9:00 – 12:30 Uhr und 13:00 – 17:00 Uhr

Do 9:00 – 12:30 Uhr und 13:00 – 20:00 Uhr

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 ggf. dem Zugang zu digitalen Medien und relevanten Datenbanken sowie der Öffnungszeiten und Betreuungsangebote der Bibliothek gesichert. Die Gutachter regen an, den Zugang zu den Datenbanken von zuhause z.B. durch VPN-Technologien zu ermöglichen

		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)

Die Hochschule finanziert sich primär aus den Studienentgelten, die von den Studierenden aufgebracht werden. Für den Studiengang betragen die Gesamtkosten für die sechssemestri-ge Regelstudienzeit € 22.071.

Die einzelnen Programme der Hochschule stellen keine Profit Center dar, so dass es sich regelmäßig um eine Mischkalkulation handelt. Bei der Kalkulation der Entgelte ist ein Deckungsbeitrag für die Gemeinkosten an allen Standorten berücksichtigt worden, so dass sowohl die direkten Kosten des Programms als auch ein Deckungsbeitrag zu den Allgmein-kosten erwirtschaftet werden.

Auf Basis der aktuellen Interessenten sowie der prognostizierten Intake-Zahlen kalkuliert die Hochschule die zukünftigen Einnahmen. Aus den Daten des CRM-Systems (vgl. oben Kapitel 2), das alle Interessenten und Bewerber erfasst, werden wöchentliche Reportings erhoben, die die Entwicklungszahlen nach Studiengängen und Standorten aufzeigen. Auf dieser Basis können Einnahmehochrechnungen erfolgen und den entstehenden Kosten gegenübergestellt werden. Die Aufwände für das Programm werden auf Basis der Deputatsplanung und unter Berücksichtigung der Gemeinkosten ermittelt.

Neben einer sehr konkreten Finanzplanung wird die Finanzierungssicherheit für die Studierenden überdies durch eine Bankbürgschaft gegenüber dem Sitzland sichergestellt. Die Bürgschaftssumme richtet sich nach einer von der Hochschule in Auftrag gegebenen gutachterlichen „Worst-Case-Betrachtung“, deren Stichhaltigkeit auch dem Sitzland regelmäßig nachzuweisen ist bzw. vom Sitzland überprüft wird. Der Vorjahresabschluss hat den Gutachtern vorgelegen.

Bewertung:

Eine adäquate finanzielle Ausstattung der Studiengänge ist 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

Der Studiengang ist in das Qualitätsmanagementsystem der Hochschule eingebunden. die damit das Konzept einer sich ständig verbessernden und entwickelnden Hochschule verfolgt.

Dabei sollen die Definition, die transparente Dokumentation und die kontinuierliche Verbesserung der Prozesse, mit ihren geregelten Zuständigkeiten und festgelegten Abläufen sowie die Messung der damit erreichten Qualität dazu beitragen, die eigenen Ziele in kontrollierter Form zu realisieren und zugleich den stetig steigenden Anforderungen des Wettbewerbs gerecht zu werden.

Die Hochschule hebt hervor, dass ihr Qualitätsmanagement (QM) sich besonders durch die Einbeziehung und das Mitwirken von Vertretern aller Gruppen der Hochschulangehörigen sowie externen Dritten auszeichnet. Dieses Vorgehen trägt dazu bei, alle Blickwinkel der unterschiedlichen Organisationseinheiten zu berücksichtigen und soll zugleich das hochschulweite Bewusstsein für Qualität stärken.

Die QM-Verantwortung obliegt dem Rektorat, dessen Mitglieder die Strategie für die Hochschule entwickeln und daraus die Qualitätsziele und entsprechende Maßnahmen für ihre Aufgabenbereiche ableiten (Lehre, Forschung, Verwaltung). Eine Stabstelle Qualitätsmanagement unterstützt das Rektorat und die einzelnen Hochschulbereiche bei der Entwicklung und Umsetzung von Maßnahmen. Sie dokumentiert die QM-Maßnahmen inkl. der Ergebnisse in einem jährlichen QM-Bericht und stellt diesen im Senat vor.

In 14-tägigen Jour Fixes berichtet die Leiterin der Stabsstelle dem Rektor über den aktuellen Stand von Verfahren und Projekten (bspw. Akkreditierungs- und Berufungsverfahren, Evaluationen, Entwicklung neuer QM-Maßnahmen, Austausch mit Studierenden, Alumni und Dozenten).

Der Qualitätskreislauf an der Hochschule wird durch sechs Gremientypen (z.B. Fachbereichskonferenz („Dekane Runde“), Program Review Meeting auf Fachbereichsebene, Studiengangssitzung auf Studiengangsebene) sichergestellt. Diese befassen sich entweder mit strategischen oder operativen Aufgaben, die im QM-System detailliert beschrieben sind. In der Regel findet für die Bereiche „Hochschule“, „Studium und Lehre“, „Fachbereich“ jeweils einmal pro Jahr ein Strategiemeeting statt. Zur Vorbereitung und anschließenden Umsetzung der Strategie finden begleitend operativ ausgerichtete Meetings statt.

Die Studierenden haben die Möglichkeit, alle Lehrveranstaltungen ihres Studienganges zu evaluieren. Daneben wird ein General Satisfaction Survey durchgeführt, in dem insbesondere die Service- und Verwaltungsbereiche der Hochschule evaluiert werden.

Zur Überprüfung des für die Lehrveranstaltungen angesetzten Workload werden im Rahmen

der Lehrevaluation die Studierenden nach ihrer Einschätzung zum quantitativen Umfang der Vor- und Nachbereitungen inklusive der Präsenzzeit befragt. Diese Daten stehen den Prodekanen der jeweiligen Studiengänge zur Verfügung. Bei gravierenden Abweichungen vom ursprünglich kalkulierten Workload erfolgen Rücksprachen mit den jeweiligen Dozenten und Kurssprechern. Ggf. werden entsprechende Maßnahmen ergriffen.

Zusätzlich führt die Hochschule jährlich sogenannte Qualitätszirkel mit den Studierenden durch. Hierfür wählen die Studierenden eines Studienganges aus ihrer Mitte jeweils einen Programmsprecher. Dies geschieht für jeden Studiengang an jedem Standort. Die Aufgabe des Programmsprechers ist es, das Feedback der Studierenden des jeweiligen Standorts zu ermitteln. Anschließend findet ein dokumentierter Austausch mit der Studiengangsleitung am jeweiligen Standort statt. Nach einer gemeinsamen Ursachenanalyse werden inhaltliche sowie zeitliche Lösungsvorschläge entwickelt, die in einem Gesprächsprotokoll festgehalten werden.

Die Ergebnisse der Evaluationsverfahren und der Qualitätszirkel sind wichtige Grundlagen für die Weiterentwicklung der Studiengänge. Die Umsetzung und der Erfolg der aus den Evaluationen abgeleiteten Maßnahmen werden dafür von den entsprechenden Gremien auf Studiengangs-, Fachbereichs- und Hochschulebene überprüft.

Die Dozenten der Hochschule sind am Ende jedes Semesters aufgefordert, ein Feedback zu den Prozessen der Hochschule und den Abläufen rund um die Lehre abzugeben. Dies soll ab dem Wintersemester 2016 standardmäßig im Rahmen einer elektronischen Evaluation erfolgen. Inhalte sind u. a. Aspekte wie die Einbindung der Lehrbeauftragten in die Hochschule, den Informationsfluss, die Studien- und Prüfungsorganisation sowie die persönliche Einschätzung des Unterrichts (Studierende, Technik, Inhalte).

Die Evakuation durch externe Dritter erfolgt insbesondere durch die Beiräte der Hochschule. Im Rahmen der Alumnibefragungen (ein Jahr sowie drei Jahre nach ihrem Abschluss) wird auch das Feedback der Absolventen eingeholt und in die Entwicklung der Programme einbezogen. Bestandteil des Qualitätsmanagements sind auch die im Rahmen von institutionellen oder programmbezogenen Verfahren ausgesprochenen Empfehlungen von Gutachtern.

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: BiTS – Business and Information Technology School GmbH, Iserlohn
Standorte: Iserlohn, Hamburg, Berlin

Master-Studiengänge:

Business Psychology (M.Sc.), Finance & Management (M.Sc.), Marketing Management (M.A.), International Sport & Event Management (M.A.)

Beurteilungskriterien

Bewertungsstufen

		Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
1.	Zielsetzung	x		
2.	Zulassung			
2.1	Zulassungsbedingungen	x		
2.2	Auswahl- und Zulassungsverfahren	x		
3.	Inhalte, Struktur und Didaktik			
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		
3.2.2	Studien- und Prüfungsordnung		Auflage	
3.2.3	Studierbarkeit		Auflage	
3.3	Didaktisches Konzept	x		
4.	Wissenschaftliches Umfeld und Rahmenbedingungen			
4.1	Personal			
4.1.1	Lehrpersonal	x		
4.1.2	Studiengangsleitung und Studienorganisation	x		
4.1.3	Verwaltungspersonal	x		
4.2	Kooperationen und Partnerschaften (falls relevant)			x
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		
5.	Qualitätssicherung und Weiterentwicklung	x		

Beschluss der FIBAA-Akkreditierungskommission für Programme

106. Sitzung am 23. März 2018

Projektnummer:	17/146
Hochschule:	University of Applied Sciences Europe
Standorte:	Iserlohn und Hamburg
Studiengang:	Marketing Management & PR (M.A.) (ehem. Marketing Management (M.A.))
Art der Akkreditierung:	Erweiterung der bestehenden Akkreditierung um Inhalte und die Änderung der Studiengangsbezeichnung

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

Die bestehende Akkreditierung des Studienganges wird gemäß Ziff. 3.1.1 der Regeln des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung i.d.F. vom 20. Februar 2013 um Inhalte und die Änderung der Studiengangsbezeichnung erweitert.

Akkreditierungszeitraum: 30. September 2016 bis zum Ende Sommersemester 2023

Das Siegel des Akkreditierungsrates wird vergeben.

Gutachten

Hochschule:

University of Applied Sciences Europe

Master-Studiengang:

Marketing Management & PR

Abschlussgrad:

Master of Arts

Allgemeine Informationen zum Studiengang

Kurzbeschreibung des Studienganges:

Der Studiengang vermittelt aufbauend auf einem ersten berufsqualifizierenden Hochschulabschluss eine interdisziplinäre, internationale Managementausbildung für die vielfältigen Aufgaben im Marketing. Er bereitet die Studierenden auf Marketing-Tätigkeiten im gehobenen Management in national und international operierenden Organisationen vor. Die Absolventen sind in der Lage, die vielfältigen Aufgaben des Marketings zu bearbeiten und die unterschiedlichen Spezialisten im Umfeld des Marketings für grundlegende und gemeinsame Lösungen zu koordinieren und zu integrieren.

Zuordnung des Studienganges:

konsekutiv

Profiltyp:

anwendungsorientiert

Regelstudienzeit und Umfang der ECTS-Punkte des Studienganges:

4 Semester / 120 ECTS-Punkte

Studienform:

Vollzeit

Double/Joint Degree vorgesehen:

Nein

Aufnahmekapazität und Zügigkeit (geplante Anzahl der parallel laufenden Jahrgänge):

35 Studierende je Studiengang, einzügig

Start zum:

Wintersemester

Erstmaliger Start des Studienganges:

Wintersemester 2010/11

Akkreditierungsart:

Änderung der Studiengangsbezeichnung von Marketing Management auf Marketing Management & PR sowie Erweiterung der Akkreditierung um Inhalte

letzter Akkreditierungszeitraum:

30. September 2016 bis zum Ende Sommersemester 2023

Ablauf des Akkreditierungsverfahrens⁴

Am 01. Juli 2015 wurde zwischen der FIBAA und der University of Applied Sciences Europe (UE) ein Vertrag über die Re-Akkreditierung des Studienganges Marketing Management (M.A.) geschlossen. Darauf aufbauend wurde am 9. November 2017 zwischen der FIBAA und UE ein Vertrag über die Änderung der Studiengangsbezeichnung zu Marketing Management & PR sowie um die Erweiterung der bestehenden Akkreditierung um Inhalte 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 Masterstudiengängen i.d.F. vom 4. Februar 2010.

Am 01. Februar 2018 übermittelte die Hochschule einen begründeten Antrag, der eine Darstellung des Studienganges 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. Gerhard Raab

Hochschule Ludwigshafen am Rhein

Professor für Betriebswirtschaftslehre (insbesondere Marketing) und Wirtschaftspsychologie

Prof. Dr. Britta Bergemann

Hochschule Heilbronn

Fakultät für International Business

Professur "Marketing und Sales Osteuropa" (Marketing, Communications / Advertising, Corporate Relations)

FIBAA-Projektmanager:

Vera Kassler

Die Begutachtung beruht auf der Antragsbegründung, ergänzt um weitere, vom Gutachterteam erbetene Unterlagen.

Das auf dieser Grundlage erstellte Gutachten wurde der Hochschule am 27. Februar 2018 zur Stellungnahme zugesandt. Die Hochschule übermittelte ihre Stellungnahme zum Gutachten am 05. März 2018; die Stellungnahme ist im vorliegenden Gutachten bereits berücksichtigt.

⁴ Lediglich zur Vereinfachung der Lesbarkeit des Gutachtens erfolgt im Folgenden keine geschlechtsbezogene Differenzierung.

Zusammenfassung

Die neue Studiengangsbezeichnung „Marketing Management & PR“ (M.A.) sowie die Erweiterung um entsprechende Inhalte entsprechen den einschlägigen Qualitätsanforderungen. Die bestehende Akkreditierung kann daher von der Foundation for International Business Administration Accreditation (FIBAA) um die neue Studiengangsbezeichnung „Marketing Management & PR“ sowie Inhalte erweitert werden.

Zur Gesamtbewertung siehe das Qualitätsprofil am Ende des Gutachtens.

Darstellung und Bewertung im Einzelnen

6 Zielsetzung

Der angepasste Studiengang verfolgt laut Hochschule das Konzept, eine interdisziplinäre, internationale Managementausbildung für die vielfältigen Aufgaben in den Bereichen Marketing, Unternehmenskommunikation und PR zu ermöglichen, die die Absolventen im gehobenen Management national und international operierender Organisationen wahrnehmen. Ziel ist es, Generalisten für die oben genannten Aufgabenbereiche auszubilden, die es verstehen, die vielfältigen Kommunikationsaufgaben dieses Berufsspektrums zu bearbeiten. Zudem steht im Fokus, die Absolventen darauf vorzubereiten, die unterschiedlichen Spezialisten im Umfeld von Marketing, Unternehmenskommunikation und PR für grundlegende und gemeinsame Lösungen zu koordinieren und zu integrieren – sprich Schnittmengen wie auch Differenzierungen der jeweiligen Aufgabenbereiche zu definieren.

Hierzu möchte die Hochschule die Schnittstelle zwischen den Feldern Public Relations, Unternehmenskommunikation und Marketing stärker im Curriculum aufnehmen. Hierzu hat die Hochschule die beiden Master-Studiengänge Public Relations & Corporate Communication und Marketing Management zu einem zusammen gefügt, um das entsprechende Schnittstellenwissen zu kombinieren.

Weitere Informationen sind dem Hauptbericht zu entnehmen.

Bewertung:

Die Ergänzung der Studiengangsbezeichnung sowie die Anpassung der Inhalte führen zu keiner Änderung in der allgemeinen Zielsetzung des Studienganges.

Im Übrigen wird auf die Ausführungen in den Hauptberichten verwiesen.

3 Inhalte, Struktur und Didaktik

3.1 Inhaltliche Umsetzung

Folgende Übersicht zeigt das Curriculum des Studienganges:

Marketing Management & PR (M.A.)											
Module Key	Module	Credit Points per Semester				Credit-points	Hours per week (HWS)	Workload			weight of exam related to final grade
		1.	2.	3.	4.			Total	Hours in Class	Hours Self-Study	
Course Key	Course										
	Customer Management	8				8	6	240	45	195	7,27%
	Value Creation & Price Management						2	90	15	75	
	Customer Relationship Marketing						2	60	15	45	
	Database Marketing						2	90	15	75	
	Behavior & Framework	8				8	6	240	45	195	7,27%
	Marketing Ethics						2	90	15	75	
	Consumer Psychology						2	60	15	45	
	Marketing Intelligence & Consumer Behavior						2	90	15	75	
	Strategy and Governance	4				4	4	120	30	90	3,64%
	International Strategic Management						2	60	15	45	
	Corporate Governance & Compliance						2	60	15	45	
	Networking	5				5	5	150	37,5	112,5	4,55%
	Network Analysis						2	60	15	45	
	Key Leadership Qualifications						1	30	7,5	22,5	
	Qualitative Research Methods						2	60	15	45	
	Learning Leadership	5				5	2	150	15	135	4,55%
	Learning Leadership						2	150	15	135	
	Strategic Marketing		8			8	6	240	45	195	7,27%
	Advanced Market Research						2	90	15	75	
	International Marketing Planning						2	60	15	45	
	Integrated Brand & Corporate Communication						2	90	15	75	
	PR & Communication		8			8	6	240	45	195	7,27%
	Crisis Communication						2	90	15	75	
	Product and Consumer Communication						2	60	15	45	
	PR-Labor						2	90	15	75	
	Economics and Ethics		4			4	4	120	30	90	3,64%
	International Economics						2	60	15	45	
	Corporate Social Responsibility						2	60	15	45	
	Culture		5			5	5	150	37,5	112,5	4,55%

Intercultural Competencies					2	60	15	45			
Business Mediation					1	30	7,5	22,5			
Quantitative Research Methods					2	60	15	45			
International Experience I		5			5	150		150			
International Experience I						150		150			
Sales Management		8			8	6	240	45	195	7,27%	
Sales Strategies & Operations					2	90	15	75			
Efficient Customer Response					2	60	15	45			
E-Commerce					2	90	15	75			
Special Forms		8			8	6	240	45	195	7,27%	
Digital Marketing					2	90	15	75			
Industrial Marketing					2	60	15	45			
Kommunikations-Controlling					2	90	15	75			
Risk and Law		4			4	4	120	30	90	3,64%	
International Buisness Law					2	60	15	45			
Risk Management					2	60	15	45			
Negotiation		5			5	5	150	37,5	112,5	4,55%	
Strategies of Negotiation					2	60	15	45			
Balanced Leadership					1	30	7,5	22,5			
Advanced Statistics					2	60	15	45			
International Experience II		5			5		150		150		
International Experience II							150		150		
Practicing Leadership		2			2	2	60	15	45	1,82%	
Practicing Leadership					2	60	15	45			
Master Thesis Colloquium & Reflection		4			4	1	120	7,5	112,5	3,64%	
Master Thesis Colloquium					1	30	7,5	22,5			
Master Thesis Reflection							90		90		
Master Thesis		24			24		720		720	21,82%	
Master Thesis							720		720		
Total		30	30	30	30	120	68	3.600	510	3.090	100%

* Subject to change

Um die Schnittstelle zwischen den Feldern Public Relations, Unternehmenskommunikation und Marketing inhaltlich im Curriculum abbilden zu können, hat die Hochschule folgende Module im Curriculum implementiert:

- „Customer Management“ (1. Semester): Das Modul thematisiert erfolgsorientiertes Kundenmanagement im Rahmen von direkter, gezielter und individualisierter Kommunikation
- „Strategic Marketing“ (2. Semester): In diesem Modul wird auf Tools der nationalen und internationalen Marketing-Planung, der integrierten Marken- und Unternehmenskommunikation und der integrativen Marktforschung eingegangen.
- „Sales Management“ (3. Semester): Das Modul Sales Management hat u.a. das Ziel, den Studierenden den Zusammenhang zwischen Produktentwicklung, Vermarktung und Vertrieb darzustellen und beinhaltet die Vermittlung präziser Vertriebs- und Verkaufsstrategien sowie deren Umsetzungsmethoden.

Des Weiteren wurden die folgenden Module inhaltlich angepasst:

- „Behaviour & Framework“ (1. Semester)
- „PR & Communication“ (2. Semester)
- „Special Forms“ (3. Semester)

Bei der Neustrukturierung des Curriculums wurden insgesamt die drei folgenden Module zugunsten neuer Inhalte aus dem ursprünglichen Curriculum des Studienganges gestrichen:

- Communication Policy (1. Semester)
- International Marketing Analysis & Planning (2. Semester)
- Sales & Distribution Policy (3. Semester)

Zudem entfallen die Lehrveranstaltungen „Marketing Law“, „International Communication Management“, „Product Management“ und „Trade Marketing“.

Durch die inhaltliche Anpassung und die entsprechend neue Ausrichtung des Programms soll diese zukünftig unter der Studiengangsbezeichnung „Marketing Management & PR“ angeboten werden. Der Abschlussgrad „Master of Arts“ bleibt wie gehabt erhalten.

Bewertung:

Das Curriculum trägt den Zielen des Studienganges weiterhin angemessen Rechnung und gewährleistet 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 Gutachter sehen hinreichend PR-Inhalte im Curriculum, sodass die Änderung der Studiengangsbezeichnung der inhaltlichen Ausrichtung entspricht.

Die übrige Bewertung entspricht derjenigen im Hauptbericht.

3.2 Strukturelle Umsetzung

Im Vergleich zur letzten Re-Akkreditierung des Studienganges im Jahr 2016 wurden keine Veränderungen an der Grundstruktur des Studienganges vorgenommen.

Das Curriculum ist vollständig modularisiert und besteht aus Pflichtmodulen. Die Modulbeschreibungen enthalten u.a. Angaben zu Inhalten, der Dauer, Häufigkeit, Gesamtworkload, Verwendbarkeit sowie zu Lehr- und Lernmethoden. Die Angaben zur Art der Prüfungsleistung werden vom Prorektorat für Lehre veröffentlicht.

Die Studien- und Prüfungsordnung sowie die Ordnung über Zugang, Zulassung und Einschreibung liegen in rechtskräftiger und rechtsgeprüfter Form vor.

Weitere Informationen sind dem Hauptbericht zu entnehmen.

Bewertung:

Die angepassten Modulbeschreibungen enthalten zum größten Teil aussagekräftige Informationen zu den einzelnen Modulen und den darin enthaltenen Lehrveranstaltungen.

Im Übrigen wird auf die Ausführungen in dem Hauptbericht verwiesen.

4 Wissenschaftliches Umfeld und Rahmenbedingungen

4.1 Personal

Da der Studiengang auf bestehenden Programmen der UE aufsetzt, ist eigenen Angaben zufolge qualifiziertes Lehrpersonal bereits vorhanden.

Da die Lehrplanung fachbereichs- und standortübergreifend erfolgt, kann die Hochschule eigenen Angaben zufolge auch kurzfristig reagieren, sollte die Besetzung einer Stelle zum Wintersemester nicht realisierbar sein.

Weitere Informationen sind den Hauptberichten zu entnehmen.

Bewertung:

Anzahl und Struktur des Lehrpersonals korrespondieren, auch unter Berücksichtigung der Mitwirkung in anderen Studiengängen, mit den Anforderungen des Studienganges.

Die übrige Bewertung entspricht derjenigen im Hauptbericht.