

Beschluss der FIBAA-Akkreditierungskommission für Programme

96. Sitzung am 2. Oktober 2015

Projektnummer: 14/088
Hochschule: Business and Information Technology School, Standort Iserlohn
Studiengang: International Management for Service Industries (B.Sc.)
Business & Technology Management (B.Sc.)
Green Business Management (B.Sc.)
Public Relations & Corporate Communication (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. 3.1.1 i.V.m. 3.2.1 / Ziff. 3.2.4 / i.V.m. 3.3.1 der Regeln des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung i.d.F. vom 20. Februar 2013 für sieben Jahre re-akkreditiert.

Akkreditierungszeitraum: 01. Oktober 2014 bis 30. September 2021

Das Siegel des Akkreditierungsrates wird vergeben.

Gutachten

Hochschule:

Business and Information Technology School
Standort Iserlohn

Bachelor-Studiengänge:

International Management for Service Industries
Business & Technology Management
Green Business Management

Master-Studiengang:

Public Relations & Corporate Communication

Abschlussgrade:

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

Allgemeine Informationen zu den Studiengängen

Kurzbeschreibung des Business & Technology Management:

Der Bachelor-Studiengang Business & Technology Management (B&TM) soll den Studierenden eine interdisziplinäre, internationale Wirtschafts-, Ingenieurs- und Managementausbildung vermitteln, um sie mit dem ersten berufsqualifizierenden Abschluss als Führungskräftenachwuchs für die vorgenannten Bereiche zu qualifizieren.

Kurzbeschreibung des Green Business Management:

Der Bachelor-Studiengang Green Business Management (GBM) soll den Studierenden eine interdisziplinäre, Umweltschutz-, Rechtswissenschaft- und Managementausbildung vermitteln, um sie mit dem ersten berufsqualifizierenden Abschluss als Führungskräftenachwuchs für die vorgenannte Bereiche zu qualifizieren.

Kurzbeschreibung des International Management for Service Industries:

Der Bachelor-Studiengang International Management for Service Industries (IMSI) soll den Studierenden fachliche Expertise der Tourismus- und Hospitality-Branche vermitteln, um sie mit dem ersten berufsqualifizierenden Abschluss als Führungskräftenachwuchs für die vorgenannte Branche zu qualifizieren.

Kurzbeschreibung des Public Relations & Corporate Communication:

Der Master-Studiengang Public Relations & Corporate Communication (PR&CC) soll Studierende als Führungskräftenachwuchs für alle Aufgabenbereiche aus Public Relations und Unternehmenskommunikation ausbilden.

Zuordnung der Studiengänge:

Bachelor-Studiengänge grundständig

Master-Studiengang konsekutiv

Regelstudienzeit und Umfang der ECTS-Punkte der Studiengänge:

B&TM 7 Semester 210 ECTS¹

GBM und IMSI 6 Semester 180 ECTS

PR&CC 4 Semester 120 ECTS

Studienform:

Vollzeit

Double/Joint Degree vorgesehen:

nein

Aufnahmekapazität und Zügigkeit:

B&TM 15 und eine Kohorte pro Semester

GBM 35 und eine Kohorte pro Semester

IMSI 35 und eine Kohorte pro Semester

PR&CC 15 und eine Kohorte pro Semester

Start zum:

sowohl zum Wintersemester als auch zum Sommersemester

¹ Zum Studiengang Business & Technology Management gibt es kein konsekutives Masterprogramm an der BitS.

Erstmaliger Start der Studiengänge:

B&TM 15 und eine Kohorte pro Semester erstmaliger Start Wintersemester 2010/11
GBM 35 und eine Kohorte pro Semester erstmaliger Start Wintersemester 2008/09
IMSI 35 und eine Kohorte pro Semester erstmaliger Start Wintersemester 2009/10
PR&CC15 und eine Kohorte pro Semester erstmaliger Start Wintersemester 2009/10

letzter Akkreditierungszeitraum

Ende Sommersemester 2014 (vorläufig verlängert bis Ende Sommersemester 2015)

Ablauf des Akkreditierungsverfahrens²

Am 23. September 2014 wurde zwischen der FIBAA und der BiTS ein Vertrag über die Re-Akkreditierung der Studiengänge Business & Technology Management (B.Sc.), Green Business Management (B.Sc.) und Public Relations & Corporate Communication (M.A.) geschlossen. Maßgeblich für dieses Akkreditierungsverfahren sind somit die Regeln des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung i.d.F. vom 20. Februar 2013 und die Ländergemeinsamen Strukturvorgaben für die Akkreditierung von Bachelor- und Masterstudiengängen i.d.F. vom 4. Februar 2010. Am 13. April 2015 übermittelte die Hochschule einen begründeten Antrag, der eine Darstellung der Studiengänge umfasst und das Einhalten der Kriterien für die Akkreditierung von Studiengängen dokumentiert.

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

Prof. Dr. Reinhard Hünerberg

Universität Kassel

em. Professor für Marketing

(Allgemeine Betriebswirtschaft, Kommunikation, Internationales Marketing, Dienstleistungsmarketing)

Prof. Dr. Dietmar Brodel

Fachhochschule Kärnten

Leiter des Studienbereichs Wirtschaft & Management

(Internationales Management, Unternehmensführung, Organisation, Umweltmanagement)

Prof. Dr. Jürgen Gabriel

BTU Cottbus-Senftenberg

Professor für Betriebswirtschaft und Technologiemanagement

(Allgemeine Betriebswirtschaft, Entrepreneurship, Innovationsmanagement, Existenzgründungen, Qualitätsmanagementsysteme)

Prof. Dr. Ulrich Kreutle

AKAD-Fachhochschule Stuttgart

Professor für Marketing und Management

(Strategisches Management, Personalmanagement, Unternehmensführung)

Sabine Linkersdorff

Wally Communication Berlin

Leiterin

(Kommunikationsforschung, Public Relations, Sponsoring, Innovationskommunikation)

Svenja Rotter

Universität zu Köln

Studierende der Volkswirtschaftslehre (B.Sc.) mit Nebenfach Betriebswirtschaftslehre

FIBAA-Projektmanager:

Sebastian Knobloch

Die Begutachtung beruht auf der Antragsbegründung, ergänzt um weitere, vom Gutachterteam erbetene Unterlagen, und einer Begutachtung vor Ort. Die Begutachtung vor Ort wurde

² Lediglich zur Vereinfachung der Lesbarkeit des Gutachtens erfolgt im Folgenden keine geschlechtsbezogene Differenzierung.

am 27. - 28. Mai 2015 in den Räumen der Hochschule in Iserlohn durchgeführt. 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 17. September 2015 zur Stellungnahme zugesandt. Die Hochschule übermittelte ihre Stellungnahme zum Gutachten am 23. September 2015. Die Stellungnahme ist im vorliegenden Gutachten bereits berücksichtigt.

Zusammenfassung

Die Bachelor-Studiengänge Business & Technology Management (B.Sc.), Green Business Management (B.Sc.) und International Management for Service Industries (B.Sc.) der BiTS Iserlohn entsprechen den Strukturvorgaben der Kultusministerkonferenz (KMK), den Anforderungen des Akkreditierungsrates sowie den Anforderungen des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse in der zum Zeitpunkt der Verfahrenseröffnung geltenden Fassung. Sie sind modular gegliedert, mit ECTS-Punkten versehen und schließen mit dem akademischen Grad „Bachelor of Science“ ab. Der Grad wird von der Hochschule verliehen.

Der Master-Studiengang Public Relations & Corporate Communication (M.A.) der BiTS Iserlohn ist ein konsekutiver Master-Studiengang. Dieser entspricht den Strukturvorgaben der Kultusministerkonferenz (KMK), den Anforderungen des Akkreditierungsrates sowie den Anforderungen des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse in der zum Zeitpunkt der Verfahrenseröffnung geltenden Fassung. Er ist modular gegliedert, mit ECTS-Punkten versehen, hat ein „anwendungsorientiertes Profil und schließt mit dem akademischen Grad „Master of Arts “ ab. Der Grad wird von der Hochschule verliehen.

Die Studiengänge erfüllen somit die Qualitätsanforderungen für Bachelor-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 von 01. Oktober 2014 der Sitzung F-AK PROG bis 30. September 2021 re-akkreditiert werden.

Zur Gesamtbewertung siehe das Qualitätsprofil am Ende des Gutachtens.

Informationen

Informationen zur Institution

Die Business and Information Technology School (BiTS) ist eine staatlich anerkannte private Hochschule in Iserlohn mit weiteren Standorten in Berlin und Hamburg. Die Rechtsform der Trägerin der BiTS ist die einer GmbH. Daher finden die in einer GmbH üblichen Leitungsstrukturen in der Organisationsstruktur der Hochschule ihren Niederschlag. Die Hochschule hat den Studienbetrieb zum WS 2000/01 aufgenommen. Sie bietet folgende Bachelor-Programme an:

- Business Law (LL.B.)
- Business Psychology (B.Sc.)
- Business and Management Studies (B.Sc.)
- Business & Technology Management (B.Sc.)
- Communication & Media Management (B.Sc.)
- Sport & Event Management (B.Sc.)
- Journalism & Business Communication (B.A.)
- International Management for Service Industries (B.Sc.)
- Green Business Management (B.Sc.)

Darüber hinaus bietet die Hochschule die folgenden Master-Programme an:

- Corporate Management (M.Sc.)
- Public Relations & Corporate Communication (M.A.)
- Finance Management (M.Sc.)
- Marketing Management (M.A.)
- Business Psychology (HRM & Development) (M.Sc.)
- International Sport & Eventmanagement (M.A.).

Die Studiengänge der BiTS verfügen alle über ein wirtschaftswissenschaftliches Grundgerüst. Dieses wird mit den Schwerpunkten Wirtschaft, Medien, Dienstleistungen und Psychologie zu einem studiengangsspezifischen Curriculum komplettiert. Jenseits der wirtschaftswissenschaftlichen Basisfelder verfügen die unterschiedlichen Studiengänge über thematische Überlappungsbereiche etwa im Bereich der Ausbildung von Sozial- und Methodenkompetenzen. Diese Studiengänge sind weitestgehend in eine sechssemestrige Bachelor- und eine viersemestrige Master-Struktur eingefügt. Eine Ausnahme hiervon stellt der Bachelor-Studiengang Business & Technology Management dar, welcher eine Regelstudienzeit von 7 Semestern vorsieht.

Im SS 2015 sind an der BiTS ca. 1.840 Studierende immatrikuliert. Die BiTS beschäftigt in Lehre und Verwaltung 113 Personen in fester Anstellung. In der Laureate Germany Holding GmbH sind weitere 31 Mitarbeiter beschäftigt, die die Bereiche IT, Marketing, Vertrieb, Finanzen und Personal hochschulübergreifend abdecken. Die BiTS hat ca. 230 Lehrbeauftragte in ihrem Pool.

Seit 2008 ist die Laureate-Education-Gruppe Mehrheitsgesellschafterin der BiTS. Diese betreibt nach eigenen Angaben weltweit ein Netzwerk von 80 Hochschulen in 29 Ländern, zu denen mit der BiTS auch Deutschland gehört. An Einrichtungen der Laureate-Gruppe werden weltweit ca. 1.000.000 Studierende betreut.

Neben Studium und Lehre betrachtet die BiTS auch Forschung als wichtigen Bestandteil ihres Profils. Nach eigenen Angaben werden an der Hochschule aktuell zwei größere Forschungsprojekte betreut, weitere befänden sich im Antragsverfahren. Um Forschungsdrittmittel akquirieren zu können, bietet die Hochschule ihren Angestellten Beratung zu For-

schungsmethoden und zu Modalitäten der Antragsstellung an. Professoren erhielten eine Entlastung von ihrer Lehrverpflichtung, wenn sie größere Forschungsprojekte durchführten.

Weiterentwicklung der Studiengänge und Umsetzung von Empfehlungen bei bereits erfolgter Akkreditierung

Am 23. Juli 2010 wurde der Bachelor-Studiengang **Business & Technology Management** mit drei Auflagen bis zum 30. September 2014 akkreditiert. Die Auflagen umfassten die Einführung integrierter Modulprüfungen, die Ausweisung von nichtbestanden Modulen im Diploma Supplement und die Lehr- und Lernmaterialien des ersten Semesters sollten den Gutachtern vorgelegt werden. Es wurden keine Empfehlungen ausgesprochen. Die Auflagenerfüllung wurde fristgerecht nachgewiesen. Auf der Grundlage des Vertrages zur Verfahrensdurchführung der Re-Akkreditierung sowie der Vorlage der zur Durchführung des Verfahrens notwendigen Unterlagen, die nicht erkennen ließen, dass offensichtlich wesentliche Qualitätsanforderungen nicht erfüllt sind, wurde die Akkreditierungsfrist vorläufig um ein Jahr verlängert.

Mit den Modulen Value Chain Management I und II wurde den veränderten Anforderungen des Marktes sowie zahlreicher Unternehmen Rechnung getragen, eine deutlich stärkere wertorientierte Betrachtung bereits in den ersten Semestern des Studienganges zu integrieren.

Die Kernelemente der Veranstaltung „Informations- und Kommunikationssysteme“ wurden in die Lehrveranstaltung „Business Application Systems“ überführt und die Inhalte stärker an Anwendungen entlang der betrieblichen Wertschöpfungskette ausgerichtet. Demgegenüber zielt die neu aufgenommene Veranstaltung „Information Technologies“ verstärkt auf die Vermittlung der Grundlagen der Informationstechnik. Der Kompetenzbereich „Business Informatics“ wurde unter der Bezeichnung „Business IT Management“ neu ausgerichtet und stellt methodische und konzeptionelle Kompetenzen zur Planung und Gestaltung IT-gestützter Systeme entlang der betrieblichen Wertschöpfungskette in den Vordergrund und verbindet mit den Modulen Value Chain Management I und II die betriebswirtschaftliche mit der IT-technischen Perspektive.

Eine gesonderte Veranstaltung „Exkursion“ entfällt, da im Rahmen technischer wie betriebswirtschaftlicher Veranstaltungen themenorientiert Exkursionen zu Unternehmenspartnern den Praxisbezug ohnehin herstellen.

Aufgrund der gestiegenen Bedeutung in der Praxis wurde die Veranstaltung „Schutzrechte“ noch stärker auf aus ingenieurtechnischer Sicht relevante Aspekte (z. B. Patentrecht) ausgerichtet.

Um die Bandbreite inhaltlich sinnvoll ergänzender Fachkompetenzen sowie die Flexibilität hinsichtlich der individuell gestaltbaren Ausrichtung des Vertiefungsstudiums zu erweitern, wurde die Zahl der Wahlpflichtmodule von fünf auf sechs respektive sieben (durch die Möglichkeit der Wahl der Spezialisierung „Automotive Technology Management“) erhöht. Die Wahlpflichtmodule sind auch für Studierende anderer Studiengänge zugänglich, sodass hier ein interdisziplinärer Austausch entstehen wird, der die Studierenden insgesamt auf die neuen Herausforderungen in der Industrie vorbereiten wird. Die Zahl der Pflichtmodule wurde im Gegenzug von vier auf drei reduziert.

Das neue Modul „Kreislaufwirtschaft“ (Wahlpflichtfach) trägt dem ganzheitlichen Blick auf den Product Life Cycle Rechnung. Kompetenzen in den Bereichen Abfallverminderung, -verwertung und -entsorgung können nun komplementär zu technischen Kompetenzen aufgebaut werden.

Mit dem ebenfalls neuen Wahlpflichtmodul „Supply Chain Management“ wird die inhaltliche Ausrichtung sowie Positionierung des Studienganges Business & Technologie Management grundlegend hinsichtlich betriebswirtschaftlicher Aspekte der Logistik respektive ganzheitlicher Supply Chains geschärft (z. B. Material Management, Material Flow Systems, Transportation Logistics). Technik in der Logistik wird mit betriebswirtschaftlicher Logistik verknüpft.

Diese curricularen Weiterentwicklungen spiegeln den bedeutsamen, insbesondere durch Globalisierung und Digitalisierung hervorgerufenen Wandel („Industrie 4.0“, „Internet of Things“) in der Industrie wieder. Die hierfür erforderlichen (produktions-)technischen, logistischen, betriebswirtschaftlichen und informationstechnischen Kompetenzen zur Gestaltung, Analyse und Bewertung der entsprechenden Schnittstellenprozesse entlang des Produkt-Life-Cycle in Unternehmen werden integrativ gestärkt.

Für das Laborprojekt wurde die Bedingung aufgehoben, das zwingend eine Gruppe von Studierenden gemeinsam in einem Unternehmen ein Laborprojekt durchführen muss. Nach Analyse des Feedback seitens der Studierenden insbesondere aber der Unternehmen, in denen das Laborprojekt durchgeführt wird, sehen diese in der Mehrheit die Bedingung in der praktischen Umsetzung kritisch hinsichtlich der organisatorischen und personaltechnischen Integration in die Unternehmensstrukturen.

In der zukünftig englischsprachigen Spezialisierung „Automotive Technology Management“ wurden aktuelle Entwicklungstrends aufgegriffen, die zur inhaltlichen Klarheit Niederschlag in den Veranstaltungsbezeichnungen finden. „Mobilitätskonzepte, Fahrzeugökonomie und Services“ bzw. „Antriebe, Ökobilanzen und Energietechnik“ werten den Kompetenzbereich auf und tragen aktuell immer wichtiger gewordenen Themenkomplexen Rechnung.

Die Bibliotheksausstattung ist – wie bei der Erstakkreditierung empfohlen - seit dem Zeitpunkt der Erstakkreditierung stetig erweitert und optimiert worden und wird auch zukünftig hinsichtlich des Studienganges Business & Technology Management in Absprache mit den betreffenden Dozenten laufend ergänzt und aktualisiert.

Darstellung der Immatrikulationsentwicklung des Studienganges BTM:

		WS09/10	WS10/11	WS11/12	WS12/13	WS13/14	WS14/15
# Studienplätze für 1.Semester		35	35	35	35	35	35
# Bewerber	Σ	17	31	30	47	45	26
	w	6	23	24	33	36	21
	m	11	8	6	14	9	5
Bewerberquote		48,6%	88,6%	85,7%	134,3%	128,6%	74,3%
# Studienanfänger	Σ	13	24	18	25	30	19
	w	4	17	15	17	22	16
	m	9	7	3	8	8	3
Anteil der weiblichen Studierenden		30,8%	70,8%	83,3%	68,0%	73,3%	84,2%
# ausländische Studierende des Studienganges (Summe Sem. 1-6)	Σ	2	2	7	5	8	4
	w	0	1	5	2	3	2
	m	2	1	2	3	5	2
Anteil der ausländischen Studierenden		15,4%	5,7%	14,3%	8,1%	12,5%	6,0%
Auslastungsgrad		37,1%	68,6%	51,4%	71,4%	85,7%	54,3%

Am 24. April 2009 wurde der Bachelor-Studiengang **Green Business Management** ohne Auflagen bis zum 30. September 2014 akkreditiert. Es wurden keine Empfehlungen ausgesprochen. Auf der Grundlage des Vertrages zur Verfahrensdurchführung der Re-Akkreditierung sowie der Vorlage der zur Durchführung des Verfahrens notwendigen Unterlagen, die nicht erkennen ließen, dass offensichtlich wesentliche Qualitätsanforderungen nicht erfüllt sind, wurde die Akkreditierungsfrist vorläufig um ein Jahr verlängert.

Mit den Modulen „Arbeitssicherheit“ und „Umweltpsychologie und -ethik“ wurden die nachhaltigen ökologischen Aspekte aus einer nicht-ökonomischen Sicht gestärkt.

Der Energiewirtschaft wurde im weiterentwickelten Curriculum ein eigens Modul gewidmet. Dies geschah, um den aktuellen Entwicklungen im Energiesektor und dessen zentraler Bedeutung Rechnung zu tragen.

Die Veranstaltung „Green Technologies“ wurde von einer Wahlveranstaltung in eine Pflichtveranstaltung geändert. Die drei weiteren bisherigen Wahlmodule wurden ein übergreifendes Modul „Green Opportunities“ im fünften und sechsten Semester überführt.

In den ersten drei Semestern finden sich die Lehrveranstaltung „Arbeitssicherheit“ und „Sustainable Supply Chain“ – hierfür entfielen die Lehrveranstaltungen „Sustainable Communication“, „Green Marketing“, „Umweltentwicklung und Marktveränderung“, „Logistik“,

„Auditierung“, „Risikomanagement“, „Verfahrens- und Entsorgungstechnik“ sowie das „Green Business Project“. Diese Inhalte finden sich zu einem großen Teil nun in anderen Lehrveranstaltungen (z. B. in den Pflichtmodulen „Green Opportunities“ oder „Kreislaufwirtschaft“) wieder oder an anderer Stelle z. B. das Projekt, welches nun im fünften Semester stattfindet. In den ersten drei Semestern wurde zudem der Kompetenzbereich „Economics & Statistics“ neu geordnet. Daraus folgt, dass die Veranstaltung „Quantitative Research“ in den Kompetenzbereich integriert wurde und die Veranstaltung „Umweltrecht“ in „Green Business“ integriert wurde.

Am Konzept der „Urban Studies“ in Verbindung mit dem Praxissemester wurde festgehalten. Hier wurden lediglich die Inhalte in Richtung „International Environmental Management“ angepasst. Dieses Modul und die folgenden Module werden in englischer Sprache angeboten: „Englisch-Module I-III“, „Economics: Theory“ und das „Green Management Project“. Darüber hinaus finden folgende weitere Modulteile in englischer Sprache statt: „Sustainable Supply Chain“, „Green Marketing“, „Waste Utilisation“ und „Case Studies Waste Industry“. Somit hat die BiTS den anhaltenden Internationalisierungstrend betriebswirtschaftlicher Studiengänge aufgegriffen und daraus folgend das englischsprachige Lehrangebot deutlich ausgebaut. Im fünften und sechsten Semester werden über „Green Opportunities“ hinaus noch zwei weitere „grüne“ Pflichtmodule durchgeführt. Dies sind die Module „Kreislaufwirtschaft“ und „Immobilienmanagement“. Diese Weiterentwicklung wurde aus der wachsenden Bedeutung der Immobilienwirtschaft abgeleitet.

Der Bereich der Wahlpflichtmodule wird durch den Themen des allgemeinen Managements ergänzt. Die angebotenen Module sind: „Corporate Management“, „Customer Relationship Management“, „Supply Chain Management“ und „Entrepreneurship“ – hieraus müssen die Studierenden zwei Module wählen.

Darstellung der Immatrikulationsentwicklung des Studienganges GBM:

		WS08/09	WS09/10	WS10/11	WS11/12	WS12/13	WS13/14	WS14/15
# Studienplätze für 1.Semester		35	35	35	35	35	35	35
# Bewerber	Σ	17	26	25	40	35	27	19
	w	6	13	9	14	14	11	10
	m	11	13	16	26	21	16	9
Bewerberquote		48,6%	74,3%	71,4%	114,3%	100,0%	77,1%	54,3%
# Studienanfänger	Σ	12	11	14	14	13	20	4
	w	4	5	5	7	3	9	4
	m	8	6	9	7	10	11	0
Anteil der weiblichen Studierenden		33,3%	45,5%	35,7%	50,0%	23,1%	45,0%	100,0%
# ausländische Studierende des Studiengangs (Summe Sem. 1-6)	Σ	0	0	0	0	1	1	1
	w	0	0	0	0	0	0	0
	m	0	0	0	0	1	1	1
Anteil der ausländischen Studierenden		0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	2,3%	2,1%	2,3%
Auslastungsgrad		34,3%	31,4%	40,0%	40,0%	37,1%	57,1%	11,4%

Am 24. Juli 2009 wurde der Bachelor-Studiengang **International Management for Service Industries** unter vier Auflagen bis zum 30. September 2014 akkreditiert. Die Auflagen umfassten die stärkere Verankerung der Internationalität im Curriculum, die Einführung integrierter Modulprüfungen, die Überarbeitung der Modulbeschreibungen und die Regelung des Zulassungsverfahrens in einer eigenen Ordnung. Es wurden keine Empfehlungen ausgesprochen. Der Nachweis über die Auflagenerfüllung erfolgte fristgerecht. Auf der Grundlage des Vertrages zur Verfahrensdurchführung der Re-Akkreditierung sowie der Vorlage der zur Durchführung des Verfahrens notwendigen Unterlagen, die nicht erkennen ließen, dass offensichtlich wesentliche Qualitätsanforderungen nicht erfüllt sind, wurde die Akkreditierungsfrist vorläufig um ein Jahr verlängert.

Es sind Modifikationen und Neuerungen implementiert worden, bei denen die Hochschule, davon ausgeht, dass sie vor allem hinsichtlich folgender Profile eine weiterführende und nachhaltige Optimierung des Studienganges darstellen:

- inhaltlich-konzeptionelles Profil
- methodisches Profil

- internationales Profil
- beschäftigungsorientiertes Profil.

Im Kompetenzbereich „International Management“ wurde mit der Aufnahme des Moduls „Intercultural Competence & Communication“ dezidiert ein Alleinstellungsmerkmal des Studienganges gestärkt, der diesen besonders auszeichnet: Internationalität. Die im bisherigen Curriculum im 5. Semester vermittelten, für einen international ausgerichteten Studiengang ausgesprochen zentralen Inhalte werden im neuen Curriculum bereits im 1. Semester vermittelt und sollen die Studierenden von Beginn an mit den im internationalen Dienstleistungsmanagement – gerade in den Branchen Tourismus und Hospitality – essentiellen interkulturellen Kompetenzen vertraut machen.

Im Kompetenzbereich „Service Management“ wurden die beiden klassischen und bewährten Module „Tourism“ im 1. Semester und „Hospitality“ im 2. Semester beibehalten, wohingegen das Modul „Health, Sport & Wellness“ im 3. Semester durch das Modul „Green Basics“ ersetzt wurde. Dies geschieht vor dem Hintergrund der folgenden 3 Überlegungen:

- 1) eine seit der Akkreditierung des Studienganges nur eingeschränkte studentische Resonanz hinsichtlich dieses Profils,
- 2) eine klarere Abgrenzung und Profilbildung gegenüber dem Studiengang Sport- und Eventmanagement sowie
- 3) die Inwertsetzung eines immer wichtigeren und zukunftssträchtigen Themas und Positionierungsmerkmals in der Dienstleistungsbranche.

Der Kompetenzbereich „Economics: Law, Statistics & Market Research“ löst in innovierter und profilierterer Form den früheren Kompetenzbereich „Economics & Internship“ ab. Dies trägt nicht zuletzt dem Umstand Rechnung, dass – wie auch im Rahmen der früheren Akkreditierung konstatiert – Verbindung von Economics und Internship wenig glücklich war.

Praktika bleiben ein geforderter Pflichtbestandteil des Studienganges und werden in einen eigenständigen Kompetenzbereich „Internship“ überführt. Allerdings wurde die im ursprünglichen Curriculum verankerte Summer School in Marbella gestrichen, da sie zu einseitig auf die Bedürfnisse des Bereichs „Hospitality“ ausgerichtet war und weitgehend das Dienstleistungssegment „Tourismus“ übergang. In den Studiengang wurde mit „Research Methods“ ein neuer Kompetenzbereich integriert. Dieser umfasst das Modul „Methoden der empirischen Sozialforschung“ sowie darauf aufbauend die Module „Qualitative Sozialforschung“ sowie „Quantitative Sozialforschung“. Der neue Kompetenzbereich stärkt dezidiert die methodischen Fertigkeiten, die nicht nur im Rahmen von Abschlussarbeiten, sondern auch im beruflichen Kontext immer wichtiger werden.

Der Kompetenzbereich „International Management“ bleibt hinsichtlich seiner Struktur bis auf das Modul „International Financial Accounting“ im 6. Semester unverändert. Dieses wird durch „International Human Resources Management“ ersetzt, das eine deutlich größere Relevanz für den Dienstleistungssektor aufweist.

Im Kompetenzbereich „Tourism“ wurde eine weitere Internationalisierung vorangetrieben. Das Modul „Cultural Issues in International Tourism“ ersetzt jetzt „Sales Management“. Darüber hinaus wurde das Modul „Travel Business Management“ durch „International Tourism Strategies“ ersetzt.

Der Kompetenzbereich „Hospitality“ bleibt weitgehend unverändert, wobei das einstige Modul „Multi Concept Management“ jetzt unter dem Titel „Franchise Management“ firmiert, der die konzeptionelle Ausrichtung des Moduls deutlich besser widerspiegelt.

Der Kompetenzbereich „Sustainable Services & Management“ ersetzt den im früheren Curriculum verankerten Kompetenzbereich „Health, Sport & Wellness“. Der neue Kompetenzbereich greift einerseits ein ausgesprochen virulentes Thema auf, andererseits trägt er dem Umstand Rechnung, dass der bisherige Kompetenzbereich seitens der Studierenden kaum

nachgefragt wurde. Die neuen Module „Corporate Social Responsibility“ und „Sustainable Tourism“ sowie „Green Service Strategies“ und „Tourism Ethics“ greifen nicht nur zeitgemäße Themenkomplexe auf, sondern sie stellen auch ein immer wichtigeres Profilierungsmerkmal im internationalen Dienstleistungsmanagement dar.

Die Wahlmodule wurden von sechs auf vier Optionen fokussiert, wobei – zwecks eindeutiger Abgrenzung zum Studiengang Sport- und Eventmanagement – die Event-Module nicht mehr angeboten werden. Mit dem Modul „E-Business“ wird ein ausgesprochen innovatives Studienangebot geschaffen, das zukünftig angesichts der rasant fortschreitenden Digitalisierung der Dienstleistungsbranche noch einmal zusätzlich an Relevanz gewinnen dürfte.

Die in der Re-Akkreditierung erfolgten Modifikationen werden den Empfehlungen der Gutachter zu einer „stärkeren Internationalisierung des Studienganges sowie einer stärkeren Profilbildung über „aktuelle, internationale und praktische Inhalte“ hinaus in besonderem Maße gerecht, denn die Hochschule stärkt nicht nur das internationale Profil des Studienganges, sondern intendiert auch eine noch stärkere inhaltlich-konzeptionelle Positionierung als weitgehend ganzheitlich ausgerichteter, international profilierter Dienstleistungsmanagement-Studiengang. Last but not least wird auch eine deutliche Aufwertung der Methodenkompetenzen vorgenommen.

Nach Darstellung der Hochschule ist zu allen drei Bachelor-Programmen festzuhalten: Die von den Gutachtern bei der Erst-Akkreditierung als gelungen bewerteten Konzepte der Studiengänge B&TM, GBM und IMSI haben sich bewährt und werden im Kern fortgeführt. Die in der Re-Akkreditierung erfolgten Modifikationen optimieren sie mit Blick auf die immer deutlicher konturierten Ansprüche und Inhalte in der Forschung und Berufswelt.

Darstellung der Immatrikulationsentwicklung des Studienganges IMSI:

		WS09/10	WS10/11	WS11/12	WS12/13	WS13/14	WS14/15
# Studienplätze für 1.Semester		35	35	35	35	35	35
# Bewerber	Σ	17	31	30	47	45	26
	w	6	23	24	33	36	21
	m	11	8	6	14	9	5
Bewerberquote		48,6%	88,6%	85,7%	134,3%	128,6%	74,3%
# Studienanfänger	Σ	13	24	18	25	30	19
	w	4	17	15	17	22	16
	m	9	7	3	8	8	3
Anteil der weiblichen Studierenden		30,8%	70,8%	83,3%	68,0%	73,3%	84,2%
# ausländische Studierende des Studienganges (Summe Sem. 1-6)	Σ	2	2	7	5	8	4
	w	0	1	5	2	3	2
	m	2	1	2	3	5	2
Anteil der ausländischen Studierenden		15,4%	5,7%	14,3%	8,1%	12,5%	6,0%
Auslastungsgrad		37,1%	68,6%	51,4%	71,4%	85,7%	54,3%

Am 24. Juli 2009 wurde der Master-Studiengang **Public Relations & Corporate Communication** unter drei Auflagen bis zum 30. September 2014 akkreditiert. Die Auflagen umfassten die Einführung integrierter Modulprüfungen, die Überarbeitung der Modulbeschreibungen und die transparente Regelung und Veröffentlichung des Zulassungsverfahrens. Es wurden keine Empfehlungen ausgesprochen. Die Aufлагenerfüllung wurde fristgerecht nachgewiesen. Auf der Grundlage des Vertrages zur Verfahrensdurchführung der Re-Akkreditierung sowie der Vorlage der zur Durchführung des Verfahrens notwendigen Unterlagen, die nicht erkennen ließen, dass offensichtlich wesentliche Qualitätsanforderungen nicht erfüllt sind, wurde die Akkreditierungsfrist vorläufig um ein Jahr verlängert.

Die Module sind aktualisiert und teilweise verändert und auch in der Modulbezeichnung angepasst worden. „Corporate Identity“ wurde in „Corporate Branding & Design“ weiterentwickelt. Das Modul „Mittelstandskommunikation“ löste das Modul „Mittelstandspolitik / -kommunikation“ ab. Module wie „Integrierte Marken- und Unternehmenskommunikation“ und „Customer Relationship Management“ wurden durch Veranstaltungen mit einem stärkeren Bezug zur Forschungs- und Berufsfeldausrichtung verändert. Hier wurden die Module „Public Relations“ und „Unternehmenskommunikation“ neu eingeführt.

Im Zusammenhang mit der stärkeren Profilierung hin in Richtung Public Relations, wurde z. B. die Veranstaltung „Kommunikations-Controlling“ neu an den speziellen Anforderungen der PR-Berufe ausgerichtet.

Es wurde das neue Kompetenzfeld „Practice & Production“ im Modul „PR Practice“ untergebracht. Hier werden mithilfe des PR-Labors klassische Kommunikationsaufgaben einer PR- / Unternehmenskommunikation trainiert.

Das Modul „Digital Media“ wurde im Hinblick auf „digitale/soziale Kommunikation“ hin weiterentwickelt. Auch das Modul „Suchmaschinen“ wurde in durch ein eher strategisch ausgerichtetes Modul „Online Reputationsmanagement“ ersetzt.

Das Modul „Business & Budgets“ wurde neu kombiniert und beinhaltet nun im dritten Semester die Module „Kommunikations-Controlling“, „Media Planning“ und „Agenturgründung“.

Im Modul „Research Methods & Applications“, welches nun im zweiten Semester angeboten wird und mit den Modulteil „Advanced Quantitative Market Research“, „Advanced Qualitative Market Research“ und „Advanced Market Research“ den Studierenden die Sicht auf die zur Verfügung stehenden Forschungsoptionen eröffnen soll und gleichzeitig ausreichend Zeit für die Wahl der Anwendung der Forschungsmethodik im Rahmen der eigenen Master-Thesis zulässt.

Einer weiteren Neuausrichtung wurde das Modul „Personal Skills und Corporate Skills“ unterzogen, welches sich nun innerhalb des Moduls „Personal Skills“ mit den Veranstaltungen „Networking & Network Building“, „Intercultural Competence“ und „Work Life Balance“ wiederfindet. Auch das Modul „Communication Skills“ wurde einer Neuausrichtung unterzogen und beinhaltet nun die Module „Self Branding“, „Leadership in Theorie und Praxis“ und „Internationales Management & Kommunikation“. Die Neueinführung des Modulteil „Self Branding“ ging auf die Rückmeldung von Studierenden und Alumni zurück und wurde von diesen als zentraler Bedarf artikuliert.

Auch das Modul „Internationales Projektmanagement“ wurde einer Neuausrichtung unterzogen und in das Modul „Internationales Management und Kommunikation“ weiterentwickelt. Hier wurde dem spezifischen Anspruch an die Ausbildung künftig international tätiger Kommunikationsprofis Rechnung getragen.

Darstellung der Immatrikulationsentwicklung des Studienganges PR&CC:

		WS09/10	WS10/11	WS11/12	WS12/13	WS13/14	WS14/15
# Studienplätze für 1.Semester		15	15	15	15	15	15
# Bewerber	Σ	9	22	26	20	18	10
	w	7	10	20	11	14	8
	m	2	12	6	9	4	2
Bewerberquote		60,0%	146,7%	173,3%	133,3%	120,0%	66,7%
# Studienanfänger	Σ	8	20	13	10	15	7
	w	6	8	10	6	12	6
	m	2	12	3	4	3	1
Anteil der weiblichen Studierenden		75,0%	40,0%	76,9%	60,0%	80,0%	85,7%
# ausländische Studierende des Studiengangs (Summe Sem. 1-4)	Σ	0	3	3	1	1	1
	w	0	2	2	0	0	0
	m	0	1	1	1	1	1
Anteil der ausländischen Studierenden		0,0%	10,3%	9,7%	4,0%	4,0%	4,2%
Auslastungsgrad		53,3%	133,3%	86,7%	66,7%	100,0%	46,7%

Bewertung:

Die Hochschule hat nach den Feststellungen der Gutachter die Studiengänge systematisch und zielorientiert den Bedürfnissen des Arbeitsmarktes angepasst und weiterentwickelt. Die vorgenommenen curricularen Veränderungen werden von den Gutachtern als zielführend erachtet. Die vorgelegten statistischen Daten zeigen, dass sich die Studiengänge sehr gut entwickelten und stabile Studierenden- und Immatrikulationszahlen aufweisen.

Darstellung und Bewertung im Einzelnen

1 Zielsetzung

Das Ziel des Studienganges **Business & Technology Management** (B.Sc.) ist es, konsequent und zielorientiert Führungskräftenachwuchs auszubilden, welcher in der Lage ist, die Brücke zwischen betriebswirtschaftlichen und technischen Bereichen im Unternehmen zu schlagen. Darüber hinaus Innovationen und kontinuierliche Verbesserungsprozesse im Unternehmen unterstützen und fördern können. Die Absolventen können ferner unternehmerische Zusammenhänge sowohl aus betriebswirtschaftlicher als auch aus ingenieurtechnischer Sicht analysieren, gestalten, bewerten und deren Umsetzungsprozesse effizient begleiten.

Die Übernahme solcher generalisierender Aufgaben im Business & Technology Management erfordert neben der fachlichen Expertise auch vertiefte betriebswirtschaftliche Kenntnisse sowie eine systematisch-wissenschaftliche Methodenkompetenz. Nur unter Bündelung dieser Kompetenzen, so die Hochschule, sind die Absolventen den zukünftigen Herausforderungen im Berufsleben in national sowie international agierenden Unternehmen gewachsen.

Daher soll den Studierenden ein ganzheitliches Qualifizierungskonzept vermittelt werden, das auf die gleichwertige Vermittlung von Fach-, Methoden- und Sozialkompetenz zielt sowie das unternehmerische Denken und Handeln der Studierenden fördert. Hierfür stellt der Studiengang die nötigen ingenieurtechnischen und betriebswirtschaftlichen Studieninhalte in den Vordergrund, ohne auf notwendige informationstechnische sowie wertschöpfungsbezogene Inhalte zu verzichten. Das Lehrangebot ist wissenschaftsorientiert angelegt und richtet sich an den im technischen Management ständig wandelnden berufspraktischen Erfordernissen und Einsatzfeldern aus. Dies sind vor allem Managementfunktionen in technischen wie betriebswirtschaftlichen Unternehmensbereichen entlang des Produkt-Life-Cycle, um vor dem Hintergrund eines steten Wandels vor allem durch Globalisierung und Digitalisierung – Stichworte „Industrie 4.0“ und „Internet of Things“ – Innovations- und Logistikprozesse zu gestalten und zu optimieren. Z. B. in der Fertigung wird es künftig darum gehen, flexible und vernetzte Produktionsabläufe zu planen, zu simulieren und zu überwachen. Mitarbeiter, die diese Qualifikationen mitbringen, werden insbesondere in der Automobilindustrie, dem Maschinenbau und der Lebensmittelindustrie benötigt.

Die Qualifikationsziele sollen gemäß dem Leitbild der Hochschule auf eine Weise erreicht werden, die dem persönlichen Engagement der Studierenden im Hinblick auf Selbstständigkeit, Kreativität und Kritikfähigkeit genügend Raum gibt. Dabei wird Wert darauf gelegt, dass die Studierenden in ihrer Entwicklung zu kritikfähigen und verantwortungsbewussten „Teilhabern an der Gesellschaft“ gefördert werden.

Das Ziel des Studienganges **Green Business Management** (B.Sc.) ist es, konsequent und zielorientiert Führungskräftenachwuchs auszubilden, welcher in der Lage ist, die Brücke zwischen betriebswirtschaftlichen Themen und Umweltmanagement im Unternehmen zu schlagen. Dies geschieht indem die Studierenden Erkenntnisse aus originären ökologischen Disziplinen in Kombination mit wirtschaftsrelevanten betriebs-, volkswirtschaftlichen und rechtlichen Aspekten erlernen. Daraus folgt, dass die Absolventen in die Lage versetzt werden, ökologisch-basierte Problemlösungen im Unternehmenskontext ökonomisch abwägen können und deren Nutzen unter Umweltschutz- und Nachhaltigkeitsgesichtspunkten quantifizieren können.

Der Studiengang ist an den beruflichen Anforderungen und Einsatzfelder in der Wirtschaft tätiger Führungskräfte im Umweltmanagement ausgerichtet. Die Hochschule identifizierte

hierfür vor allem Einsatzfelder im Human Resources, im Consulting, im Marketing oder der Marktforschung, in der Umwelttechnik und der Energiewirtschaft.

Absolventen sind gleichermaßen für eine Tätigkeit in der Wirtschaft, wie auch für die Aufnahme eines Master-Programms im In- und Ausland mit anschließender wissenschaftlicher Tätigkeit, qualifiziert.

Die Qualifikationsziele sollen gemäß dem Leitbild der Hochschule auf eine Weise erreicht werden, die dem persönlichen Engagement der Studierenden im Hinblick auf Selbständigkeit, Kreativität und Kritikfähigkeit genügend Raum gibt. Dabei wird Wert darauf gelegt, dass die Studierenden in ihrer Entwicklung zu kritikfähigen und verantwortungsbewussten „Teilhabern an der Gesellschaft“ gefördert werden.

Das Ziel des Studienganges **International Management for Service Industries** (B.Sc.) ist es, konsequent und zielorientiert Führungskräftenachwuchs für Beschäftigungsoptionen wie z. B. Reiseveranstalter, Reisemittler, Verkehrsträger, Destinationen, Organisationen (z. B. WTO, WTTC, ETC, DZT), Hotels/Hotelketten und Resorts, Entertainment auszubilden.

Die Übernahme solcher generalisierender Aufgaben im Tourismus und Hospitality erfordert neben der fachlichen Expertise auch vertiefte betriebswirtschaftliche Kenntnisse sowie eine systematisch-wissenschaftliche Methodenkompetenz. Nur unter Bündelung dieser Kompetenzen, so die Hochschule, sind die Absolventen den zukünftigen Herausforderungen im Berufsleben in national sowie international agierenden Unternehmen gewachsen.

Daher soll den Studierenden ein ganzheitliches Qualifizierungskonzept vermittelt werden, das auf die gleichwertige Vermittlung von Fach-, Methoden- und Sozialkompetenz zielt sowie das unternehmerische Denken und Handeln der Studierenden fördert. Trotz der Konzentrationstendenzen in dieser Branche, ist der Tourismus- als auch der Hospitality-Sektor nach wie vor deutlich von klein- und mittelständisch geprägten Unternehmen geprägt. Somit wird davon ausgegangen, dass die potenziellen Arbeitgeber primär KMUs sein werden. Die teilweise ungeklärte Unternehmensnachfolge in diesem Segment erhöht den Bedarf an unternehmerisch denkenden Absolventen deutlich. Neben der betriebswirtschaftlich- unternehmerischen Ausbildung werden die Studierenden für wissenschaftliche Tätigkeiten auf diesen Themenfeldern qualifiziert, um entsprechend einen konsekutiven Master-Studiengang absolvieren zu können.

Die Qualifikationsziele sollen gemäß dem Leitbild der Hochschule auf eine Weise erreicht werden, die dem persönlichen Engagement der Studierenden im Hinblick auf Selbständigkeit, Kreativität und Kritikfähigkeit genügend Raum gibt. Dabei wird Wert darauf gelegt, dass die Studierenden in ihrer Entwicklung zu kritikfähigen und verantwortungsbewussten „Teilhabern an der Gesellschaft“ gefördert werden.

Das Ziel des Studienganges **Public Relations & Corporate Communication** (M.A.) ist es, Führungskräftenachwuchs auszubilden, welcher in der Lage ist, in allen Bereichen aus Public Relations und Unternehmenskommunikation tätig zu werden. Der Studiengang fokussiert sich auf den wachsenden Markt im Bereich der kreativen und kommunikationsorientierten Berufe. In der Ausrichtung des Studienganges wurde auf die Filigranisierung des Berufsfeldes in zahlreiche Teildisziplinen reagiert. Einige Beispiele für die möglichen Einsatzgebiete der Absolventen sind: interne Kommunikation, Krisen-Kommunikation, Online-Kommunikation, Social Media-Kommunikation und Finanz-Kommunikation.

Ziel des Master-Studienganges ist es, die Studierenden in die Lage zu versetzen, die anwendungsorientierten Inhalte des Studiums unter Zuhilfenahme von wissenschaftlichen Methoden in ihrem spezifischen Berufsfeld anwenden zu können. Somit gewährleistet der Masterabschluss den direkten Einstieg in die Unternehmenswelt oder aber auch in eine wissen-

schaftliche Karriere. Die Ausbildung ist auf die aktuellen und potenziellen Kommunikationsaufgaben hin ausgerichtet. So werden Fach- und Führungskräfte für Unternehmen und Organisationen ausgebildet, welche in den Bereichen PR und Unternehmenskommunikation tätig werden können. Da die spätere Tätigkeit der Studierenden stark auf die Produktion und Kommunikation von Inhalten fokussiert ist, wurde für die Studierenden ein Qualifikationskonzept gewählt, welches auf die gleichwertige Vermittlung von Fach-, Vermittlungs-, Methoden- und Sozialkompetenz setzt.

Die Qualifikationsziele sollen gemäß dem Leitbild der Hochschule auf eine Weise erreicht werden, die dem persönlichen Engagement der Studierenden im Hinblick auf Selbständigkeit, Kreativität und Kritikfähigkeit genügend Raum gibt. Dabei wird Wert darauf gelegt, dass die Studierenden in ihrer Entwicklung zu kritikfähigen und verantwortungsbewussten „Teilhabern an der Gesellschaft“ gefördert werden. Der zunehmenden Bedeutung von CSR-bezogenen Kompetenzen wird in diesem Programm besonders Rechnung getragen.

Das Studium befähigt insbesondere zu einer Aufnahme einer Tätigkeit in mittlerer oder höherer Führungsebene im Mittelstand oder aber auch zur Gründung einer eigenen Agentur, was besonders durch das Modul „Agenturgründung“ gefördert wird.

Im Einzelnen stehen die folgenden Qualifikationsziele im Vordergrund:

- Reflexion und eigenständige Bewertung grundlegender Ansätze, Modelle und Terminologien aus strategischer Unternehmenskommunikation, PR-Theorie und Zielgruppenplanung
- Planung von Kommunikationskonzepten und -maßnahmen in den differenzierten PR-Arbeitsfeldern von der internen Kommunikation bis zum Issues Management
- Erkennen und Beurteilen von Differenzen in Theorien, Modellen und der Konzeptionspraxis
- Erkennen und Beurteilen von Differenzen und Schnittmengen zwischen Public Relations, Unternehmenskommunikation und Marktkommunikation – daraus abgeleitet eigenständige Generierung solide positionierter eigener Kommunikationsstrategien und -maßnahmen
- Erkennen und Planen von freiwilligem ethischen Verhalten, Nachhaltigkeitskonzepten und Umsetzung in eine entsprechende Unternehmenskommunikation Planung und Durchführung von Kommunikationskonzepten
- Professionalisierung des eigenen Kommunikationskonzepts in der gesamten Bandbreite, die die Berufsfelder PR und Unternehmenskommunikation repräsentieren
- Erkennen von Beziehungen zwischen Organisationen / Unternehmen und ihren Stakeholdern in digitalen Kanälen, Bewertung entsprechender Kommunikationsstrategien sowie Gestaltung eigener Unternehmensbotschaften für digitale Kanäle
- Stärkung der persönlichen Reife im Umgang mit Kunden, Agenturen, Verhandlungspartnern und Übernahme von Verantwortung in unternehmerischer Hinsicht
- Erkennen und Einbetten der Dimensionen verantwortungsbewusster Kommunikation im Rahmen des Wahrnehmens unternehmerischer Verantwortung (Corporate Social Responsibility / CSR).

Die Hochschule hat bezüglich der vier Studiengänge eine Analyse des Arbeitsmarktes durchgeführt, auf deren Grundlage die Schwerpunkte der Studiengänge entwickelt wurden.

Die Hochschule fördert die Geschlechtergerechtigkeit und Chancengleichheit entsprechend ihrem Leitbild und dem Allgemeinen Gleichbehandlungsgesetz (AGG). Die Gleichstellungsbeauftragte und die Integrationsbeauftragte der Hochschule stellen die Umsetzung sicher und sind Ansprechpartner bei Problemen oder Beschwerden. Beratungsgespräche können sowohl auf Deutsch als auch auf Englisch durchgeführt werden. Die Geschlechterförder- und Integrationsrichtlinien sowie die Prüfungs- und Zulassungsordnung gewährleisten darüber

hinaus die Sicherstellung der Geschlechtergerechtigkeit und Chancengleichheit. Des Weiteren wird ein Nachteilsausgleich für Studierende mit Behinderung oder chronischer Krankheit sowie der Mutterschutz geregelt. Studierende mit Behinderungen erhalten aktive Unterstützung bei Prüfungen z.B. dadurch, dass mehr Zeit für eine Prüfung eingeräumt wird. Die Räumlichkeiten sind für Studierende mit Behinderungen geeignet.

Bewertung:

Die Hochschule ist bei der Konzeption des Bachelor-Studienganges B&TM von dem breiten Berufsfeld u. a. in der Automobilindustrie, dem Maschinenbau und der Lebensmittelindustrie ausgegangen und hat die für das Berufsfeld angestrebten Qualifikations- und Kompetenzziele nachvollziehbar begründet und dargestellt. Die Zielsetzung der Bachelor-Studiengänge orientiert sich ferner an wissenschaftsadäquaten fachlichen und überfachlichen Zielen, die mit dem angestrebten Bachelor-Abschlussniveau korrelieren, trägt den Erfordernissen des nationalen Qualifikationsrahmens Rechnung und ist verständlich dargestellt. Auch die Befähigung zum gesellschaftlichen Engagement und zur Persönlichkeitsentwicklung wird durch die Zielsetzung im angemessenen Umfang angestrebt.

Die Hochschule ist bei der Konzeption des Bachelor-Studienganges GBM von dem breiten Berufsfeld u. a. im Human Resources, im Consulting, im Marketing oder der Marktforschung, in der Umwelttechnik und der Energiewirtschaft ausgegangen und hat die für das Berufsfeld angestrebten Qualifikations- und Kompetenzziele nachvollziehbar begründet und dargestellt.

Die Hochschule ist bei der Konzeption des Bachelor-Studienganges IMSI von dem breiten Berufsfeld in der internationalen Tourismus- und Hospitality-Branche ausgegangen und hat Qualifikationsziele dafür überzeugend anhand der dafür notwendigen Kompetenzen formuliert. Die Zielsetzung des Studienganges wird mit Bezug auf das angestrebte Berufsfeld im internationalen Managementnachwuchs stimmig dargelegt. Insbesondere aufgrund der praxisorientierten und internationalen Ausrichtung sehen die Gutachter die Zielsetzung des Studienganges auf eine internationale Berufsbefähigung der Studierenden als eindeutig gegeben an.

Die Hochschule ist bei der Konzeption des Master-Studienganges PR&CC von dem breiten Berufsfeld u. a. im Public Relations und Unternehmenskommunikation ausgegangen und hat die für das Berufsfeld angestrebten Qualifikations- und Kompetenzziele nachvollziehbar begründet und dargestellt. Die Zielsetzung des Studienganges orientiert sich ferner an wissenschaftsadäquaten fachlichen und überfachlichen Zielen, die mit dem angestrebten Master-Abschlussniveau korrelieren, trägt den Erfordernissen des nationalen Qualifikationsrahmens Rechnung und ist verständlich dargestellt. Auch die Befähigung zum gesellschaftlichen Engagement und zur Persönlichkeitsentwicklung wird durch die Zielsetzung im angemessenen Umfang angestrebt.

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 Hochschule führt für die Auswahl der Studierenden in allen von ihr angebotenen Studiengängen eigene Bewerbungs- und Aufnahmeverfahren durch. Diese sind auf der Homepage der Hochschule dokumentiert und können zudem im Studiensekretariat oder bei der Studienberatung abgerufen werden. Die Bedingungen und Verfahren des Zugangs zur Hochschule und der Zulassung zum Studium sind in der Zulassungs- und Einschreibungsordnung von Juli 2014 und der BiTS Ordnung für Zugangsprüfung für beruflich Qualifizierte geregelt.

Die Hochschule legt ein Wunschprofil ihrer Studierenden zugrunde, das u. a. die Bereitschaft zu unternehmerischem Handeln und Denken, Leistungsbereitschaft, Motivation, Teamgeist, Selbstreflexion und Aufgeschlossenheit sowie gute Englischkenntnisse enthält. Sie will mit ihrem Verfahren Bewerber auswählen, die diesem Profil am besten entsprechen.

Für die Bachelor-Studiengänge umfassen die Bewerbungsunterlagen einen ausgefüllten Bewerbungsbogen, ein Motivationsschreiben, einen aktuellen Lebenslauf sowie einen beglaubigten Nachweis über die (Fach-)Hochschulreife bzw. Qualifikationsnachweise in einem beruflichen Bildungsgang, der zur Teilnahme an einer Zugangsprüfung berechtigt. Bei Bewerbungen in ein höheres Semester legen Studierende zudem Nachweise über die bisher erbrachten Studien- und Prüfungsleistungen vor.

Das Auswahlverfahren zielt auf eine Prüfung, ob die Kriterien Studierfähigkeit, Passung der Bewerber zum Studiengang und Leistungswille erfüllt sind, und gliedert sich in die Bausteine:

- Englischtest (Fokus: Leseverständnis und Essayproduktion) auf Niveau B1 des Gemeinsamen europäischen Referenzrahmens für Sprachen
- Leistungstest (Fokus: numerisches, verbales und figurales Verständnis)
- Persönlichkeitstest (Fokus: Leistungsmotivation)
- BWL-Test (Fokus: wirtschaftliches Verständnis und Grundwissen)
- 30-minütiges Bewerbungsgespräch (Fokus: Studienmotivation und weitere, ansonsten nicht dokumentierte Qualifikationen und Kompetenzen)

Die Auswahlentscheidung orientiert sich nach Aussage der Hochschule ausschließlich an den wissenschaftlich geleiteten Auswertungen dieser Prüfungsbausteine. Das Bewerbungsgespräch diene zusätzlich der Validierung der Eindrücke, die sich aus den schriftlichen Prüfungen ergeben. Die Bewerber erhalten nach etwa einer Woche eine Mitteilung über die Zulassungsentscheidung, die durch die Hochschule schriftlich begründet wird. Bestehen generelle Leistungsschwächen, führe dies stets zur Ablehnung der Bewerber. Die Hochschule strebe an, bei behebbaren Defiziten der Bewerber in einzelnen Leistungsbereichen Empfehlungen für deren Behebung bis zum Studienbeginn auszusprechen oder die Aufnahme eines anderen Studienganges zu empfehlen, der besser zum Leistungsprofil der Bewerber passt.

Als Beleg für den Erfolg ihres Zulassungsverfahrens führt die Hochschule an, dass in den anderen Studiengängen nur wenige Studierende wegen Leistungsdefiziten in den ersten Semestern ihr Studium abbrächen.

Alle Studienbewerber für den Master-Studiengang PR&CC müssen sich bei der Hochschule bewerben. In der Regel wird der Weg der Online-Bewerbung gewählt.

Die Studieninteressierten haben folgende Unterlagen der Bewerbung beizufügen:

- Ausgefüllter Bewerbungsbogen inkl. Anlage,
- Aktueller tabellarischer Lebenslauf,
- Nachweis über die Hochschulreife,
- Nachweis und Urkunde über den ersten akademischen Abschluss (Bachelor, Diplom, Magister o. ä.) – beglaubigt, mit der Abschlussnote mindestens „gut“ (2,5),

- im Ausland erworbener Hochschulabschluss: entsprechende Dokumente in deutscher oder englischer Sprache (ggf. beglaubigt durch ein offizielles Übersetzungsbüro),
- ein inhaltlicher Bezug zum Programm muss nachgewiesen werden. Dieser Bezug ergibt sich aus ersten erworbenen wirtschaftswissenschaftlichen, medien-, kommunikations- oder publizistikwissenschaftlichen berufsqualifizierenden Abschlüssen (vgl. § 4 Spezielle Prüfungsordnung für Public Relations & Corporate Communication),
- ggf. Empfehlungsschreiben eines Hochschullehrers,
- ggf. Nachweis über geforderte Kenntnisse der englischen / deutschen Sprache.

Mit dem ausgefüllten Bewerbungsbogen inkl. Anlage haben die externen Bewerber als Zugangsvoraussetzung ein erfolgreich absolviertes Studium (Diplom, Bachelor, Magister oder vergleichbar) an einer Universität, Fachhochschule bzw. Berufsakademie (sofern der Studiengang akkreditiert ist) nachzuweisen. Die Abschlussnote sollte „gut“ (2,5) sein. Weicht die Abschlussnote hiervon ab, so ist ein Empfehlungsschreiben eines Hochschullehrers erforderlich. Dieses Schreiben wird als Referenz für den Bewerber gefordert. Bei Abschlüssen anderer Disziplinen ist die Belegung eines Vorkurses (Propädeutikum) an der BiTS Pflicht. Dieses Propädeutikum ist dem Studium direkt vorgeschaltet und wird bewertet als „bestanden“ oder „nicht bestanden“. Erst mit der Vorlage der erfolgreichen Propädeutikumsbescheinigung („bestanden“) kann die Immatrikulation vollzogen werden. Folgende Fächer sind in dem Vorkurs enthalten:

- Unternehmensführung
- Finance
- Controlling
- Wirtschaftsmathematik
- Rechnungslegung
- Organisation
- Marketing
- Personal.

In dem Master-Studiengang setzt die Hochschule in der Regel keine leistungsorientierten Testverfahren an, da die Studierfähigkeit durch den erfolgreichen Abschluss eines Bachelor-Studiums bewiesen worden ist. Bedarfsbezogen bzw. bei Unklarheit über die allgemeine Leistungsfähigkeit stehen die computergestützten Testverfahren „Intelligenzstrukturtest 2000 R von R. Amthauer et al.“, „Leistungsmotivationsinventar von H. Schuler“ und „Wirtschaftskundlicher Bildungstest von K. Beck et al.“ des Bachelor-Auswahlverfahrens flankierend zur Verfügung. Im Fokus der Auswahl steht die persönliche Eignung der Studienbewerber, die in einem standardisierten, einstündigen, deutschsprachigen und anschließenden halbstündigen englischsprachigen Interview erfasst wird.

Im deutschsprachigen Interview werden die Persönlichkeitseigenschaften mit biografiebezogenen und situativen Fragen erfasst. Das Interview wird nach Möglichkeit von der Prodekanin gemäß eines Interviewleitfadens durchgeführt. Auf der Basis des wissenschaftlich fundierten berufsbezogenen Persönlichkeitstests „Bochumer Inventar zur berufsbezogenen Persönlichkeitsbeschreibung von R. Hossiep et al.“ wurde ein strukturierter Interviewleitfaden entwickelt. Im Interview werden folgende, empirisch fundierte, psychologische Persönlichkeitskonstrukte erhoben: „Berufliche Orientierung“ (Leistungs-, Gestaltungs- und Führungsmotivation), „Arbeitsverhalten“ (Flexibilität, Handlungsorientierung), „Soziale Kompetenzen“ (Sensitivität) und „Psychische Konstitution“ (emotionale Stabilität, Belastbarkeit).

Im Fokus des englischsprachigen Interviews steht die Sprachgewandtheit des Bewerbers. Hier soll der Bewerber seine bisherigen Überlegungen zum Master-Studium darlegen und seine Erwartungen und Fragen zum Master-Programm darstellen. Weiterhin soll der Bewerber auf besondere studienrelevante Qualifikationen sowie Erfahrungen und seine berufliche Perspektive nach Studienabschluss eingehen.

Nach Durchführung des kompletten Bewerbungsverfahrens wird dem Bewerber mitgeteilt, wie sich die Hochschule entschieden hat. Die Entscheidung über die Eignung des Bewerbers trifft die Studiengangsleitung oder ein beauftragter Fachdozent. Innerhalb einer Woche nach dem Interviewtermin erfolgt eine schriftliche Zu- oder Absage.

Bewertung:

Für die Bachelor-Studiengänge sind die Zulassungsbedingungen definiert und nachvollziehbar. Die nationalen Vorgaben sind berücksichtigt. Die Zulassungsbedingungen stellen sicher, dass die Studierenden fremdsprachliche Lehrveranstaltungen absolvieren und die fremdsprachliche Literatur verstehen können.

Für den Master-Studiengang ist durch die Zulassungsbedingungen sichergestellt, dass die Absolventen mit Abschluss des Master-Studiums in der Regel über 300 ECTS-Punkte verfügen. Eine ggf. vorgesehene Möglichkeit der einzelfallbezogenen Abweichung ist geregelt.

Das Zulassungs- bzw. Auswahlverfahren ist transparent und gewährleistet 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 Studiengang B&TM setzt auf die Vermittlung vernetzten Denkens, welches für das Studium von entscheidender Bedeutung ist. Es wird ein breites, teilweise tiefes wirtschaftswissenschaftliches Wissen mit Schwerpunkt auf die Managementorientierung gelehrt. Zunächst wird Basiswissen zu den relevanten studiengangspezifischen Teilgebieten erworben. Hierbei handelt es sich um den Kompetenzbereich „Technik“, welcher wesentliche für ein Studium der Wirtschaftsingenieurwesen notwendigen ingenieurwissenschaftlichen und methodischen Basis- bzw. Grundlagenkenntnisse vermittelt (u. a. Physik für Ingenieure, Elektrotechnik, Werkstoffkunde, Mechanik, Maschinenelemente). Zudem stehen hier informationstechnische und mathematisch quantitative und qualitative Methoden im Fokus (z. B. Information Technologies, Analysis, Lineare Algebra, Statistik & Stochastik). Gleichermaßen werden im Kompetenzbereich „Management“ alle notwendigen kaufmännischen und methodischen Kenntnisse vermittelt. Der Kompetenzbereich Management wurde durch die Module Value Chain Management I und II erweitert. Hier wurde den veränderten Anforderungen des Marktes sowie zahlreicher Unternehmen Rechnung getragen, eine deutlich stärkere wertorientierte Betrachtung in der betriebswirtschaftlichen Anwendung bereits in den ersten Semestern des Studienganges zu integrieren. Darüber hinaus beinhaltet das Studium in diesem Zeitabschnitt Praktikumsphasen von insgesamt mindestens 12 Wochen.

Somit liegt der Schwerpunkt in den ersten drei Semestern auf einem informationsvermittelnden bzw. erarbeitenden Teil, welcher dann mit Auslands-, Praxis-, und Wahlerfahrungen angereichert werden können.

Nach Darstellung der Hochschule werden im Laufe des Studiums die unterschiedlichen Ebenen des Wissens, der Wissensgenerierung, der damit verbundenen Fertigkeiten und Sozialkompetenzen in den Modulen wiedergespiegelt. Hierin eingeschlossen sind das tiefere und differenzierte Fachwissen im Lern- und Arbeitsfeld des Bachelorprogramms inkl. des notwendigen Theoriewissens, Methodenkenntnisse, der praxisorientierten Anwendung des

Wissens, des Transfers zwischen Wissenschaft und Praxis sowie die Interdisziplinarität. Daraus folgend werden die Studierenden in die Lage versetzt, in einer sich stetig verändernden Umwelt unter Berücksichtigung unterschiedlicher Maßstäbe innovative Lösungen zu erarbeiten.

Die Abschlussbezeichnung des Studienganges „Bachelor of Science“ in „Business & Technology Management“ wird mit dem ausgeprägten Anteil an quantitativen, ingenieurwissenschaftlichen, informationstechnischen, betriebs- und volkswirtschaftlichen Methoden begründet.

Das Studium gilt als bestanden, wenn nach sieben Semestern 210 ECTS erzielt wurden. Pro Semester können 30 Credit Points erzielt werden. Jede Lehrveranstaltung ist durch eine Prüfung abschließbar. Der erfolgreiche Prüfungsabschluss ist die Grundlage für die Vergabe der ECTS. Module werden grds. semesterbezogen angeboten, um die durch die Bologna-Erklärung vorgesehene Mobilität zu fördern. Die Prüfungen folgen den Lerneinheiten möglichst kurzfristig. Wiederholungsprüfungen werden i. d. R. noch im Laufe des jeweiligen Semesters angeboten, damit die Studierenden bei einmaliger Wiederholung kein Semester verlieren. Der maximale Abstand zwischen zwei Prüfungen in einem Fach beträgt zwölf Wochen.

Mit Studierenden, deren Studienabschluss aufgrund des Notenniveaus gefährdet ist führt der Prodekan ein Leistungs-Feedback-Gespräch. Die Inhalte und Ergebnisse des Gesprächs werden protokolliert und der Studierendenakte beigefügt. Nach dem Gespräch wird der Studienerfolg des Studierenden weiter verfolgt und nach angemessener Zeit in einem Folgegespräch diskutiert. Der Zeitpunkt des Folgegesprächs ist jeweils vom Einzelfall und den individuellen Gründen für das Leistungsniveau des Studierenden abhängig. Der Prodekan steht dem Studierenden auch in der Zwischenzeit als Ansprechpartner zur Verfügung. In der Vergangenheit zeigte dieses Verfahren deutliche Leistungssteigernde Effekte.

Die Bachelor-Thesis soll als eine empirisch-grundlagenorientierte, empirisch-praxisorientierte oder theoretisch ausgerichtete Arbeit angefertigt werden. Bevorzugt sollen auch im Hinblick auf die Ausrichtung der BiTS primär empirisch-praxisorientierte Thesen angefertigt werden. Das Thema der Bachelor-Thesis soll zu Beginn des siebten Semesters festgelegt werden, damit die letzte Lehrveranstaltungsfreie Zeit für die Vorbereitung des Themas genutzt werden kann. Die Bachelor-Thesis soll als Nachweis dienen, dass der Studierende in einer Frist von acht Wochen eine komplexe fachliche Aufgabe selbstständig mit wissenschaftlichen Erkenntnissen und Methoden bearbeiten kann. Dabei soll der Studierende bestätigen, dass die Problem-/Aufgabenstellungen systematisch bearbeitet und methodisch bewältigt werden können. Die nötigen Querverbindungen zu benachbarten Disziplinen/Themen gezogen werden und formale und sprachliche Aspekte berücksichtigt werden. Der Arbeitsumfang der Abschlussarbeit beträgt 10 ECTS.

Die Einzelheiten des Curriculums B&TM können der folgenden Übersicht entnommen werden:

Fächerübersicht inkl. Prüfungsleistungen Business & Technology Management (B.Sc.)						
	Gesamt SWS	1. Sem. SWS	2. Sem. SWS	3. Sem. SWS	CP	Prüfungsleistung
Gesamt	70	25	23	22	90	
Technik	29	10	10	9	34	
Physikalische Grundlagen	5	5			6	
Werkstoffkunde		2			3	
Physik für Ingenieure + Tutorium		3			3	MK
Mathematics & IT Basics	5	5			6	
Analysis + Tutorium		3			3	
Information Technologies		2			3	MK
Konstruktion	5		5		6	
Technisches Zeichnen + Tutorium			3		3	HA
Mechanik			2		3	KL
Applied Mathematics & IT	5		5		6	
Lineare Algebra + Tutorium			3		3	
Software Design & Programming			2		3	MK
Technische Systeme	5			5	5	
Maschinenelemente + Tutorium				3	3	
Elektrotechnik				2	2	MK
Stochastic & Software Management	4			4	5	
Statistik & Stochastik				2	3	
Software Management				2	2	MK
Management	26	10	8	8	34	
Business Administration Basics	4	4			5	
Historie und Trends der Betriebswirtschaft		2			2	
Marketing		2			3	MK
Accounting & Mathematics	6	6			6	
Accounting + Tutorial		3			3	
Wirtschaftsmathematik + Tutorium		3			3	MK
Corporate Accounting	4		4		5	
Bilanzierung			2		2	
Kostenmanagement			2		3	MK
Value Chain Management I	4		4		6	
Logistik & Beschaffung			2		3	
Projekt- und Prozessmanagement			2		3	MK
Corporate Management	4			4	6	
Unternehmensführung				2	3	
Finanzierung & Investition + Tutorium				2	3	MK
Value Chain Management II	4			4	6	
Produktionsmanagement				2	3	
Business Application Systems				2	3	MK
Skills	15	5	5	5	15	
Business English	6	2	2	2	6	
English: Correspondence		2			2	KL
English: Ethics			2		2	KL
English: Technical English				2	2	KL
Business IT Management	6	2	2	2	6	
IT Management		2			1	KL
Business Process Modelling Technics			2		2	KL
Value Chain Management with SAP				2	3	KL
Soft Skills	3	1	1	1	3	
Communication and Presentation		1			1	PR
Wissenschaftliches Arbeiten			1		1	HA
Team and Mediation				1	1	PR/HA
Internship					7	
technisch-betriebswirtschaftliches Praktikum		3	2	2	7	PB
Spezialisierung Automotive Technology Management (Fakultativ)					6	
Automotive Technology		2	2	2	6	
Automotive Safety Systems		2			2	
Best practise of Technology in cars			2		2	MK
Advanced Driver Assistance Systems				2	2	
Legende:						
HA: Hausarbeit						
KL: Klausur						
MK: Modulklausur						
PB: Praktikumsbericht						
PR: Präsentation						

Der Studiengang GBM setzt auf die Vermittlung vernetzten Denkens, welches für das Studium von entscheidender Bedeutung ist. Es wird ein breites, teilweise tiefes wirtschaftswissenschaftliches Wissen mit Schwerpunkt auf die Managementorientierung gelehrt.

In den ersten drei Semestern des Studienganges GBM wird den Studierenden Zusammenhänge von Ökologie und Ökonomie vermittelt. Dies geschieht sowohl durch die Vermittlung

theoretischen Basiswissens wie auch durch anwendungsbezogene Lehrformen. Als Kernelement des Studiums betrachtet die BiTS die Vermittlung von Wissen um die Chancen und Risiken eines ökologie-orientierten Managements, auf welcher Basis die Studierenden dann theoriegestützt Hypothesen formulieren und untersuchen können. Um die Basis hierfür zu bilden hat die BiTS in den ersten drei Semestern jeweils zwei „grüne“ Module in das Curriculum integriert. Von Semester vier bis sechs wird das bis dahin vermittelte Wissen zu Ökologie, Ökonomie und deren Zusammenhänge angewendet und weiter vertieft.

Der Anwendungsteil wird schwerpunktmäßig im vierten Semester durch eine vierwöchige Urban Study-Phase und ein 16-wöchiges Praktikum vermittelt. Die Studierenden berichtet hierzu, dass die Praktika teilweise auch im Ausland im Anschluss an die Urban Study-Phase durchgeführt würden.

In den Semestern fünf und sechs können die Studierenden nach persönlicher Präferenz ihr Wissen weiter in Bezug auf Umweltthemen vertiefen und erhalten darüber hinaus auch die Möglichkeit aus vier Wahlmodulen des allgemeinen Managements zu wählen (siehe hierzu auch Weiterentwicklung des Studienganges).

Die Abschlussbezeichnung des Studienganges „Bachelor of Science“ in „Green Business Management“ wird mit dem ausgeprägten Anteil an quantitativen, ingenieurwissenschaftlichen, informationstechnischen, betriebs- und volkswirtschaftlichen Methoden begründet.

Das Studium gilt als bestanden, wenn nach sechs Semestern 180 ECTS erzielt wurden.

Die Einzelheiten des Curriculums GBM können der folgenden Übersicht entnommen werden:

Fächerübersicht Inkl. Prüfungsleistungen Green Business Management (B.Sc.)						
	Gesamt	1. Semester	2. Semester	3. Semester		
	SWS	SWS	SWS	SWS	CP	Prüfungsleistung
Gesamt	67	24	21	22	90	
Management	27	10	8	9	32	
Business Administration Basics	4	4			5	
Historie und Trends der BWL		2			2	
Marketing		2			3	MK
Organizational Management	4		4		5	
Personal			2		2	
Organisation			2		3	MK
Controlling und Steuern	4			4	5	
Controlling				2	2	
Steuern				2	3	MK
Accounting & Mathematics	6	6			6	
Accounting (+Tutorium)		3			3	
Wirtschaftsmathematik (+Tutorium)		3			3	MK
Corporate Accounting	4		4		5	
Bilanzierung			2		2	
Kostenmanagement			2		3	MK
Corporate Management	5			5	6	
Unternehmensführung				2	3	
Finanzierung & Investition (+Tutorium)				3	3	MK
Green Business	18	6	6	6	33	
Green Basics	3	3			6	
Umweltor. Unternehmensführung		2			3	
Umweltökologie		1			3	MK
Green Practice	3		3		6	
Green Technologies			2		3	
Umweltstrategie			1		3	MK
Green Additional	3			3	6	
Umweltpsychologie und -ethik				2	3	
Umweltrecht				1	3	MK
Integrated System	3	3			4	
Qualitätsmanagement		2			2	
Arbeitssicherheit		1			2	MK
Sustainability	3		3		6	
Sustainable Economics			2		3	
Sustainable Supply Chain			1		3	MK
Energy Industry	3			3	5	
Energiepolitik				2	3	
Energiemanagement				1	2	MK
Economics & Statistics	13	5	4	4	16	
Economics: Theory	5	5			6	
Microeconomics		2			3	
Macroeconomics		2			3	MK
Economics - Tutorial		1				
Quantitative Research	4		4		5	
Deskriptive Statistik			2		2	
Stochastik			2		3	MK
Economic Policy	4			4	5	
Economic Policy and Market				2	2	
International Economics				2	3	MK
Skills	9	3	3	3	9	
Business English	6	2	2	2	6	
Business English I: Correspondence		2			2	KL
Business English II: Ethics			2		2	KL
Business English III: Case Studies				2	2	KL
Soft Skills	3	1	1	1	3	
Kommunikation & Präsentation		1			1	PR
Wissenschaftliches Arbeiten			1		1	HA
Team & Mediation				1	1	PR/HA
Legende:						
KL: Klausur						
MK: Modulklausur						
MH: Modulprüfung Hausarbeit						
PB: Praktikumsbericht						
PR: Präsentation						
HA: Hausarbeit						

Der Studiengang IMSI setzt auf die Vermittlung vernetzten Denkens, welches für das Studium von entscheidender Bedeutung ist. Die ersten drei Semester dienen dazu die zentralen Basis-, Kern- und Komplementärkompetenzen aufzubauen, welche auf generelle berufliche Tätigkeiten im internationalen Dienstleistungsmanagement vorbereitet. Hier liegen besonders die Branchen Tourismus und Hospitality im Fokus der Ausbildung. In den Semestern vier, fünf und sechs werden die nötigen Kernkompetenzen vermittelt, welche für spezielle berufliche Einsatzgebiete vorbereiten und hierfür nötig sind.

Die Abschlussbezeichnung wird des Studienganges „Bachelor of Science“ in „International Management for Service Industries“ wird mit dem ausgeprägten Anteil an quantitativen, betriebs- und volkswirtschaftlichen Methoden begründet.

Die Bezeichnung „International Management for Service Industries“ bringt die Ziele des Studienganges zum Ausdruck. Ziel ist es, die Studierenden zur Übernahme generalistischer und spezifischer Managementaufgaben in verschiedenen Branchen und Unternehmenssparten auszubilden, dies jedoch mit dem besonderen Fokus auf den Dienstleistungssektor.

Auch die durch die Hochschule genehmigten Nebentätigkeiten der hauptamtlich Lehrenden unterstützt die Verzahnung von Theorie und Praxis.

Das Studium gilt als bestanden, wenn nach sechs Semestern 180 ECTS erzielt wurden.

Die Einzelheiten des Curriculums IMSI können der folgenden Übersicht entnommen werden:

International Management for Service Industries in Akkreditierung

Stand: Februar 2015

Fächerübersicht inkl. Prüfungsleistungen International Management for Service Industries (B.Sc.)						
	Gesamt SWS	1. Semester SWS	2. Semester SWS	3. Semester SWS	CP 90	Prüfungsleistung
Gesamt	69	23	24	22		
International Management	12	4	4	4	15	
Intercultural Competence & Communication	4	4			5	
Intercultural Competence*		2			3	
International Communication*		2			2	HA
Human Resource Management & Organization	4		4		5	
Human Resource Management*			2		3	HA
Organization*			2		2	
Management Strategies	4			4	5	
Planning Essentials*				2	2	HA
Service Orientation*				2	3	KL
Service Management	9	3	3	3	16	
Tourism	3	3			5	
Tourism Management*		2			3	KL
Case Study: International Tourism Management*		1			2	PR
Hospitality	3		3		5	
Hospitality Management*			2		3	KL
Entrepreneurship Project: International Hospitality Management*			1		2	PR
Green Basics	3			3	6	
Umweltorientierte Unternehmensführung				2	3	
Umweltökologie				1	3	MK
Business Administration	14	4	6	4	16	
Business Administration Basics	4	4			5	
Historie und Trends der Betriebswirtschaft		2			2	
Marketing		2			3	MK
Accounting & Mathematics	6		6		6	
Accounting (+Tutorium)			3		3	
Wirtschaftsmathematik (+Tutorium)			3		3	MK
Corporate Accounting	4			4	5	
Bilanzierung				2	2	
Kostenmanagement				2	3	MK
Economics & Law	5	5			6	
Economics: Theory	5	5			6	
Microeconomics*		2			3	
Macroeconomics*		2			3	MK
Economics - Tutorial*		1				
Law, Statistics & Market Research	8		4	4	9	
Law	4		2	2	4	
Wirtschaftsprivatrecht: Zivilrecht			2		2	KL
Tourismusrecht & Case Study				2	2	KL
Statistics & Market Research	4		2	2	5	
Deskriptive Statistik			2		3	KL
Market Research				2	2	HA
Research Methods	6	2	2	2	6	
Research Methods	6	2	2	2	6	
Methoden der empirischen Sozialforschung		2			2	KL
Qualitative empirische Sozialforschung			2		2	KL
Quantitative empirische Sozialforschung				2	2	KL
Skills	15	5	5	5	15	
Business English	6	2	2	2	6	
Business English I: Correspondence		2			2	KL
Business English II: Ethics			2		2	KL
Business English III: Case Studies				2	2	KL
Español	6	2	2	2	6	
Español I: Encuentros y costumbres		2			2	KL
Español II: Viviendas, viajes y salud			2		2	KL
Español III: Comunicación, trabajo y tradiciones				2	2	KL
Soft Skills	3	1	1	1	3	
Kommunikation & Präsentation		1			1	PR
Wissenschaftliches Arbeiten			1		1	HA
Team & Mediation				1	1	PR/HA
Internship					7	
Praktikum I (12 Wochen)					7	PB
Legende:						
HA: Hausarbeit						
KL: Klausur						
MK: Modulklausur						
PB: Praktikumsbericht						
PR: Präsentation						
* The course will be thought in English.						

Der Studiengang PR&CC ist als ganzheitliches Qualifikationskonzept entwickelt und setzt dabei auf die gleichwertige Lehre von Fach-, Vermittlungs-, Methoden- und Sozialkompetenz, darüber hinaus wird auch das unternehmerische Denken und Handeln der Studierenden gefördert. Dieses Konzept wurde entwickelt um dem immer stärker differenzierten Arbeitsmarkt im Bereich Kommunikations- und Kreativ-Berufe Rechnung zu tragen.

Der Master gibt den Studierenden die Möglichkeit, die aus dem ersten berufsqualifizierenden Hochschulabschluss erworbenen Fähigkeiten um wissenschaftlich fundierte und anwendungsorientierte Kompetenzen im Bereich des PRs und der Unternehmenskommunikation auszubauen. Auch Schnittstellenwissen anderer Fachdisziplinen und weitere Kompetenzen einer klassischen Managementausbildung werden in diesem Studiengang gelehrt, damit die Absolventen auf anschließende Führungstätigkeiten vorbereitet sind.

Im ersten Semester werden anfangs fachliche und methodische Grundlagen vermittelt. Im Bereich Redaktion und Concepting bilden die Module „Communication Background“ und „Basics & Theories“ die Grundlage für den Kompetenzaufbau. Durch die Fächer wie „PR-Labor I“ der „Self Branding“ sollen individuelle Voraussetzungen der Studierenden ermittelt werden und auf deren Basis werden Stärken- und Schwächenprofile erstellt und mit diesen die Kompetenzprofile der Studierenden entwickelt. In den folgenden Semestern werden durch die Module „PR Professions“ oder „Special Forms“ die anwendungsorientierten Aufgabengebiete der PR / Unternehmenskommunikation vertieft. Auf dieser Basis werden die Studierenden sukzessive zu mehr Selbstständigkeit geführt und lernen, ihr erlangtes Wissen und ihre Erfahrungen praxisbezogen zu reflektieren und anzuwenden.

Die BiTS beschreibt, dass die Geschlossenheit des Curriculums durch folgende Faktoren gegeben ist:

- Modularität / Modulverantwortliche
- Modulprüfungen, die Zusammenhangswissen fördern
- Studiengangsbezogene Dozentenversammlungen
- Koordination aller Lehrenden über den Fachbereich
- Fachbereichs-Konferenzen
- Treffen der Prodekane
- Feedbackrunden mit Lehrbeauftragten, Praxispartnern, Studierenden und Alumni.

Die BiTS verleiht für den Master-Studiengang PR&CC den Master-Grad „Master of Arts (M.A.)“. Die Studiengangsbezeichnung entspricht inhaltlich und strukturell der Ausrichtung des Studienganges. Dieser Abschluss wurde gewählt, da der Studiengang ein hohes methodisches und wissenschaftliches Niveau aufweist, bei einer gleichzeitigen Praxisorientierung und einer starken Anwendungsbezogenheit. Die BiTS bringt ferner zum Ausdruck, dass der Studiengang auf eine berufliche Karriere vorbereiten soll und der „Master of Arts“ in kommunikationsorientierten Studiengängen international hochschulüblich und für den Kommunikationssektor typisch sei.

Zwischen dem dritten und vierten Semester müssen die Studierenden ein verpflichtendes Forschungs- oder Betriebspraktikum ableisten, welches im In- oder Ausland in einem Unternehmen oder einer Institution der nach Wahl des Studierenden stattfinden kann. Während dieser Phase soll ein eine praktische oder forschungsorientierte Problemstellung beim Praktikumpartner gelöst werden und in einem Praktikumsbericht dokumentiert werden.

Diese Phase ist insoweit besonders wichtig, da die Studierenden sich damit optimal auf die dann anschließende Master-Thesis vorbereiten können. Idealerweise soll auch die Master-Thesis in Zusammenarbeit mit einem Unternehmen oder einer anderen Institution erarbeitet werden. Wenn die Master-Thesis in Kooperation mit einem Unternehmen erstellt werden soll, dann achtet die Hochschule bereits bei der Themenfestlegung darauf, dass die Forschungsfrage, aktuell, relevant und in der zur Verfügung stehenden Zeit auch zu bearbeiten ist.

Die Einzelheiten des Curriculums PR&CC können der folgenden Übersicht entnommen werden:

Fächerübersicht inkl. Prüfungsleistungen Public Relations & Corporate Communication (M.A.)							
	Gesamt	1. Semester	2. Semester	3. Semester	4. Semester	CP	Prüfungsleistung
	SWS	SWS	SWS	SWS	SWS		
Gesamt	70	24	22	22	2	120	
Public Relations & Communication	18	6	6	6		20	
Communication Background	6	6				7	
Corporate Social Responsibility		2				2	
Corporate Branding & Design		2				3	MK
Product & Consumer Communication		2				2	
PR Professions	6		6			6	
Financial/Investor Relations			2			2	PR
Krisen-PR			2			2	PS
Interne Unternehmenskommunikation			2			2	PR
Special Forms	6			6		7	
Mittelstandskommunikation				2		2	PR
Issues Management & Lobbying				2		2	HA
Public Diplomacy				2		3	HA
Business and Marketing	18	6	6	6		24	
Basics & Theories	6	6				9	
Strategische Unternehmenskommunikation		2				3	
Bezugs- und Zielgruppen der PR		2				3	HA
Theorien der PR		2				3	
Research Methods & Applications	6		6			8	
Advanced Quantitative Market Research			2			2	PR
Advanced Qualitative Market Research			2			3	PR
Advanced Market Research			2			3	PR
Business & Budgets	6			6		7	
Kommunikations-Controlling				2		3	PR
Media Planning				2		2	KL
Agenturgründung				2		2	PR
Practice & Production	12	2	5	5		13	
PR Practice	12	2	5	5		13	
PR-Labor I		2				3	AP
PR-Labor II			5			5	AP
PR-Labor III				5		5	AP
Digital Media	6	2	2	2		6	
Digital Communication	6	2	2	2		6	
Online Relations		2				2	PR
Soziale Kommunikation			2			2	PR
Online-Reputationsmanagement				2		2	PR
Skills	9	3	3	3		9	
Personal Skills	3	1	1	1		3	
Networking & Network Building		1				1	PR
Intercultural Competence			1			1	PR
Work Life Balance				1		1	PR
Communication Skills	6	2	2	2		6	
Self Branding		2				2	PR
Leadership in Theorie und Praxis			2			2	PR
Internationales Management & Kommunikation				2		2	PR
Praxis und Internationales	5	5				18	
Praxisblock Agenturen		5				6	TN/PL
International Summerschool						6	TN/PL
Betriebs-/Forschungspraktikum						6	TN/PL
Thesis	2				2	30	
Master Thesis						23	MT
Master Thesis Kolloquium					2	7	TN
Legende: HA: Hausarbeit KL: Klausur MK: Modulklausur PB: Praktikumsbericht PR: Präsentation MT: Master-Thesis AP: Arbeitsproben/-mappe PS: Planspiel							

Bewertung:

Die Curricula tragen den Zielen der Studiengänge angemessen Rechnung und gewährleisten die angestrebte Kompetenzentwicklung und Berufsbefähigung. Sie umfassen die Vermitt-

lung 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.

Der Master-Studiengang ist mit einem „anwendungsorientiert“ konzipiert (siehe Kap. 1), dies spiegelt sich in der Umsetzung des Studienganges wider.

Die Abschluss- und die Studiengangsbezeichnungen entsprechen der inhaltlichen Ausrichtungen und den nationalen Vorgaben.

Die Prüfungsleistungen und die Abschlussarbeiten sind wissens- und kompetenzorientiert und dienen der Feststellung, ob die formulierten Qualifikationsziele erreicht wurden. Jedes Modul schließt in der Regel mit einer das gesamte Modul umfassenden Prüfung ab.

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

3.2 Strukturelle Umsetzung

Bachelor B&TM:

Regelstudienzeit	7 Semester
Anzahl der zu erwerbenden CP	210 ECTS
Studentische Arbeitszeit pro CP	30/ECTS
Anzahl der Module des Studienganges	28
Bearbeitungsdauer der Abschlussarbeit und deren Umfang in CP	300 Stunden (8 Wochen) 10 ECTS
Umfang der Kontaktstunden	120 SWS + SWS der Partnerhochschule

	Wo geregelt in der Prüfungsordnung?
Anerkennung von an anderen Hochschulen erbrachten Leistungen	Allgemeine Bachelor PO § 18 (1)
Anrechnung von außerhochschulisch erbrachten Leistungen	Allgemeine Bachelor PO § 18 (2)
Nachteilsausgleich für Studierende mit Behinderung	Allgemeine Bachelor PO § 10 (8)
Studentische Arbeitszeit pro CP	Allgemeine Bachelor PO § 3 (2)
Relative Notenvergabe oder Einstufungstabelle nach ECTS	Allgemeine Bachelor PO § 15 (4)
Vergabe eines Diploma Supplements	Allgemeine Bachelor PO § 28 (3)

Die Curricula sind vollständig modularisiert. Ein Modul wird dabei grundsätzlich in einem Semester abgeschlossen und hat eine Mindestgröße von 5 ECTS. Ausnahme bildet die Modulgruppe Soft Skills, die dem Erwerb der personalen, sozialen und sprachlichen Kompetenzen dient und für die jeweils 3 ECTS-Punkte vergeben werden. Begründet wird dies mit der Notwendigkeit einer kontinuierlichen, sich über mehrere Semester erstreckenden Entwick-

lung der o. g. überfachlichen Kompetenzen. Die Studierenden werden systematisch über unterschiedliche Lehr- und Lernformen zur schriftlichen und mündlichen Kommunikation, zur fachlichen Diskussion und zur Gesprächs- und Verhandlungsführung befähigt. Ein kontinuierlich angebotenes Modul mit geringerem Workload (90h) und verschiedenen Prüfungsformen wird deshalb als zielführender und nachhaltiger angesehen als ein temporäres, nur auf ein Semester beschränktes Studienangebot mit höherem Workload. Auslandsaufenthalte werden durch Learning Agreements geregelt.

Die Modulbeschreibungen beinhalten Angaben zu den vorgesehenen Kompetenzen und Lernzielen sowie zu Lernmethoden, Kompetenznachweisen und Bewertungskriterien und Verwendbarkeit der Module innerhalb des Studienganges und hochschulweit. Neben den fachlichen Inhalten wird auch die Vermittlung wissenschaftlicher Methodik und interkultureller Inhalte abgebildet. Die Literaturangaben sind aktuell und vielfältig.

Es existieren auf den Studiengang bezogene Studien- und Prüfungsordnungen. In diesen werden die verschiedenen Arten und die Durchführung von Prüfungen sowie die Wiederholungsmöglichkeiten, Sonderregelungen oder Anrechnung von vorherigen Prüfungsleistungen geregelt. Die Ordnungen liegen in genehmigter Form vor und sind für alle Studierende veröffentlicht. Auf der Onlineplattform steht den Studierenden jede Ordnung zur Ansicht und zum Download zur Verfügung. Regelungen zur Anerkennung von Studienleistungen und außerhochschulischen Kompetenzen finden sich in den §§ 18 der beiden Allgemeinen Studien- und Prüfungsordnung. Danach sind Studien- und Prüfungsleistungen sowie Studienabschlüsse in- und ausländischer Hochschulen anzuerkennen, sofern hinsichtlich der erworbenen Kompetenzen kein wesentlicher Unterschied zu den Leistungen und Abschlüssen besteht, die ersetzt werden. Die Hochschule trägt außerdem die Beweislast für die Geltendmachung wesentlicher Unterschiede und muss eine ablehnende Entscheidung schriftlich begründen. Eine Anrechnung außerhochschulischer Kompetenzen kann maximal 50 % der für den Studiengang zu erwerbenden ECTS-Punkte ersetzen.

Die Studierbarkeit ist nach Angaben der Hochschule u.a. durch die transparent formulierten Eingangsqualifikationen und Prüfungsdichte und -organisation gewährleistet. Unterstützend wirkt auch die Betreuung der Studierenden durch das Lehrpersonal (siehe Kap. 4.1). Die Studierenden werden zu 74 Prozent von hauptamtlich Lehrenden und zu 26 Prozent von berufspraktischen Experten betreut.

Die Studierbarkeit wird im Hinblick auf die zeitliche, räumliche und didaktische Koordination von Lehrinhalten gewährleistet. Durch eine ausgewogene und didaktisch sinnvolle Verteilung der Prüfungsleistungen auf adäquate Prüfungsformen wird der Lernerfolg differenziert abgefragt und benotet. Bei der Wahl der jeweiligen Prüfungsform wurde darauf geachtet, dass die Prüfungen leistbar, auf das Erreichen der in den Modulbeschreibungen vorgesehenen und dem Qualifikationsrahmen entsprechenden Lernergebnissen bezogen und inhaltlich im Hinblick auf die Ermittlung des Erreichens des modulspezifischen Lernziels integriert sein soll. Die Dozenten des Programms wurden bei der Gestaltung der verantworteten Veranstaltung auf die Orientierung an dem geplanten Workload hingewiesen und berücksichtigen dabei auch Vor- und Nachbereitungszeit.

Die Studierbarkeit des Studienprogramms und die Belastung der Studierenden werden zudem regelmäßig durch Evaluationen (siehe Kap. 5.2) von der Studiengangsleitung überprüft. Außerdem wird die Kultur der Open-Door-Policy gepflegt, so dass Studierende von Anfang ihres Studiums an dazu ermuntert werden, sich direkt mit dem Studiengangsleiter (z. B. bei nicht mit dem jeweiligen Dozenten zu lösenden Fragestellungen) in Verbindung zu setzen.

Die Modulbeschreibungen beinhalten Angaben zu den vorgesehenen Kompetenzen und Lernzielen sowie zu Lernmethoden, Kompetenznachweisen und Bewertungskriterien und Verwendbarkeit der Module innerhalb des Studienganges und hochschulweit. Neben den fachlichen Inhalten wird auch die Vermittlung wissenschaftlicher Methodik und interkultureller Inhalte abgebildet. Die Literaturangaben sind aktuell und vielfältig.

Die rechtsgeprüfte Allgemeine Studien- und Prüfungsordnung für Bachelor-Studiengänge

wie auch die spezielle Studien- und Prüfungsordnung B&TM (B.Sc.), welche alle Modalitäten des Studienganges regeln, wurden Mitte Juni 2015 von der Fachhochschulkonferenz verabschiedet und werden mit Studienstart zum Wintersemester 2015/16 (01.09. 2015) Inkrafttreten.

Ein Nachteilsausgleich für Studierende mit Behinderung oder chronischer Krankheit sowie der Mutterschutz sind geregelt. Studierende mit Behinderungen erhalten aktive Unterstützung bei Prüfungen z.B. dadurch, dass mehr Zeit für eine Prüfung eingeräumt wird. Die Räumlichkeiten sind für Studierende mit Behinderungen geeignet.

Bachelor GBM:

Regelstudienzeit	6 Semester
Anzahl der zu erwerbenden CP	180 ECTS
Studentische Arbeitszeit pro CP	30/ECTS
Anzahl der Module des Studienganges	28
Bearbeitungsdauer der Abschlussarbeit und deren Umfang in CP	300 Stunden (8 Wochen) 10 ECTS
Umfang der Kontaktstunden	111 SWS + SWS der Partnerhochschule

Die Studierbarkeit ist nach Angaben der Hochschule durch u.a. durch die transparent formulierten Eingangsqualifikationen und Prüfungsdichte und -organisation gewährleistet. Unterstützend wirkt auch die Betreuung der Studierenden durch das Lehrpersonal (siehe Kap. 4.1). Die Studierenden werden zu 53 Prozent von hauptamtlich Lehrenden und zu 47 Prozent von berufspraktischen Experten betreut.

Die rechtsgeprüfte Allgemeine Studien- und Prüfungsordnung für Bachelor-Studiengänge wie auch die spezielle Studien- und Prüfungsordnung GBM (B.Sc.), welche alle Modalitäten des Studienganges regeln, wurden Mitte Juni 2015 von der Fachhochschulkonferenz verabschiedet und werden mit Studienstart zum Wintersemester 2015/16 (01.09. 2015) Inkrafttreten.

Bachelor IMSI:

Regelstudienzeit	6 Semester
Anzahl der zu erwerbenden CP	180 ECTS
Studentische Arbeitszeit pro CP	30/ECTS
Anzahl der Module des Studienganges	28
Bearbeitungsdauer der Abschlussarbeit und deren Umfang in CP	300 Stunden (8 Wochen) 10 ECTS
Umfang der Kontaktstunden	113 SWS + SWS der Partnerhochschule

Die dreijährige Studienzeit setzt sich aus sechs Semestern zusammen. Jedes Studienjahr ist in zwei Semester unterteilt. Die Studierenden haben insgesamt 5400 Stunden Workload.

Die Studierbarkeit ist nach Angaben der Hochschule durch u.a. durch die transparent formulierten Eingangsqualifikationen und Prüfungsdichte und -organisation gewährleistet. Unterstützend wirkt auch die Betreuung der Studierenden durch das Lehrpersonal (siehe Kap. 4.1). Die Studierenden werden zu 60 Prozent von Professoren und zu 40 Prozent von berufspraktischen Experten betreut. Für die weitere Entwicklung der Hochschule ist eine gleichbleibende Betreuungsquote geplant.

Die rechtsgeprüfte Allgemeine Studien- und Prüfungsordnung für Bachelor-Studiengänge wie auch die spezielle Studien- und Prüfungsordnung International Management for Service Industries (B.Sc.), welche alle Modalitäten des Studienganges regeln, wurden Mitte Juni 2015 von der Fachhochschulkonferenz verabschiedet und werden mit Studienstart zum Wintersemester 2015/16 (01.09. 2015) Inkrafttreten.

Master PR&CC:

Regelstudienzeit	4 Semester
Anzahl der zu erwerbenden CP	120 ECTS
Studentische Arbeitszeit pro CP	30/ECTS
Anzahl der Module des Studienganges	15
Bearbeitungsdauer der Abschlussarbeit und deren Umfang in CP	18 Wochen 23 ECTS
Umfang der Kontaktstunden	700 Kontaktstunden (bei insges. 70 SWS)

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

Es existieren studiengangsbezogene Studien- und Prüfungsordnungen. In diesen werden die verschiedenen Arten und die Durchführung von Prüfungen sowie die Wiederholungsmöglichkeiten, Sonderregelungen oder Anrechnung von vorherigen Prüfungsleistungen geregelt. Die Ordnungen liegen in genehmigter Form vor und sind für alle Studierende veröffentlicht. Auf der Onlineplattform steht den Studierenden jede Ordnung zur Ansicht und zum Download zur Verfügung. Die rechtsgeprüfte Allgemeine Studien- und Prüfungsordnung für Master-Studiengänge wie auch die spezielle Studien- und Prüfungsordnung PR&CC (M.A.), welche alle Modalitäten des Studienganges regeln, wurden Mitte Juni 2015 von der Fachhochschulkonferenz verabschiedet und werden mit Studienstart zum Wintersemester 2015/16 (01.09.2015) Inkrafttreten.

Die Studierbarkeit ist nach Angaben der Hochschule durch u.a. durch die transparent formulierten Eingangsqualifikationen und Prüfungsdichte und -organisation gewährleistet. Unterstützend wirkt auch die Betreuung der Studierenden durch das Lehrpersonal (siehe Kap. 4.1). Die Studierenden werden von 7 hauptamtlich Lehrenden und von 14 berufspraktischen Experten betreut. Die BiTS vergibt bis zu einem Umfang von 50% Lehraufträge.

Bewertung:

Die Struktur dient der Umsetzung der Curricula 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 ECTS erworben werden können. Module umfassen in der Regel mindestens 5 ECTS. 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.

Studiengänge, Studienverläufe und Prüfungsanforderungen sind dokumentiert und veröffentlicht.

Die Gesamtregelstudienzeit des Master PR&CC beträgt im Vollzeitstudium fünf Jahre (zehn Semester).

Es existieren rechtskräftige Prüfungsordnungen, sie wurden einer Rechtsprüfung unterzogen. 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 angegeben.

Die Studierbarkeit wird durch die Berücksichtigung der erwarteten Eingangsqualifikationen, eine geeignete Studienplangestaltung, eine plausible Workloadberechnung, eine adäquate und belastungsangemessene Prüfungsdichte und -organisation sowie Betreuungs- und Beratungsangebote gewährleistet. Die Belange von Studierenden mit Behinderung werden berücksichtigt.

		Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant erfüllt
3.2	Strukturelle Umsetzung			
3.2.1	Struktureller Aufbau und Modularisierung	X		
3.2.2	Studien- und Prüfungsordnung	X		
3.2.3	Studierbarkeit	X		

3.3 Didaktisches Konzept

Nach Darstellung der Hochschule orientiert sich das didaktische Konzept der Hochschule vor allem an dem Ziel, die Studierenden zum Theorie-Praxis-Transfer zu befähigen und sie damit optimal auf das Berufsleben vorzubereiten. Sie betont daher die Bedeutung integrierter Lehrveranstaltungen, die Vorlesungen mit Einzel- und Gruppenübungen sowie Selbststudium und zunehmend auch der Bearbeitung von Fallstudien kombinieren. Die Lehrenden sollen die theoriefundierte Wissensvermittlung von Anfang an mit praktischen Beispielen begleiten. Diese Aufgabe leisten neben dem hauptamtlichen Personal die Gastdozenten und Gastreferenten, die den Praxisbezug der Lehre durch Vorträge unterstützen. Weiterhin sollen die beiden integrierten Pflichtpraktika die Verknüpfung von Theorie und Praxis stärken.

Das Studium des B&TM (B.Sc.) verlangt die Vermittlung vernetzten Denkens. Dabei gilt es zunächst, Basiswissen zu allen relevanten Teilgebieten dieses Studiums zu erwerben. In den ersten drei Semestern wird daher der Schwerpunkt auf einen informationsvermittelnden, bzw. -erarbeitenden Teil, der dann mit Auslands-, Praxis- und Wahlerfahrungen angereichert werden kann. Die Module sind so aufgebaut, dass die Studierenden die notwendige Sozialkompetenz und Selbstständigkeit erreichen, beispielsweise in Gruppenaufgaben.

Das Studium des GBM (B.Sc.) verlangt die Vermittlung vernetzten Denkens. Dabei gilt es zunächst, Basiswissen zu allen relevanten Teilgebieten dieses Studiums zu erwerben. In den ersten drei Semestern wird daher der Schwerpunkt auf einen informationsvermittelnden, bzw. -erarbeitenden Teil gelegt, der dann mit Auslands-, Praxis- und Wahlerfahrungen angereichert werden kann. Die Module sind so aufgebaut, dass die Studierenden die notwendige Sozialkompetenz und Selbstständigkeit erreichen, beispielsweise in Gruppenaufgaben.

Das Studium des International Management for Service Industries (B.Sc.) verlangt die Vermittlung vernetzten Denkens. Dabei gilt es zunächst, Basiswissen zu allen relevanten Teilgebieten dieses Studiums zu erwerben. In den ersten drei Semestern wird daher der Schwerpunkt auf einen informationsvermittelnden, bzw. -erarbeitenden Teil, der dann mit Auslands-, Praxis- und Wahlerfahrungen angereichert werden kann. Die Module sind so aufgebaut, dass die Studierenden die notwendige Sozialkompetenz und Selbstständigkeit errei-

chen, beispielsweise in Gruppenaufgaben.

Für den Master-Studiengang PR&CC ergibt sich folgendes didaktisches Konzept:

- Vorlesungen – Vermittlung fachlicher und methodischer Kenntnisse (theoretischer Hintergrund) durch Vortrag und Diskussion. Hier werden zudem verschiedene Medien eingesetzt (u. a. Metaplanwände, Overheadprojektoren, Filme).
- Propädeutische Übung/Tutorium – Der Lehrstoff wird anhand von Problemstellungen oder Fällen der betrieblichen Praxis durch den Dozenten demonstriert bzw. in der Gruppe bearbeitet.
- Ausarbeitungen (Homework) – Die individuelle Problemlösungskompetenz wird durch entsprechende Aufgabenstellungen entwickelt und durch das Leistungs-Feedback des Dozenten geschult.
- Selbststudium durch eigenständiges Skript- und Literaturstudium – diese Form der Wissensaneignung kann eine Vorbereitung bzw. Vertiefung für das lebenslange Lernen sein. Dazu werden auch Literaturhinweise von den Dozenten gegeben.
- Fallstudien – Der fachsystematisch entwickelte Lehrstoff wird 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 oftmals Praxispartner aus dem Unternehmensnetzwerk der BiTS einbezogen, um den Anwendungsbezug zu stärken und den Transfer von Theorie in die Unternehmenspraxis zu unterstützen.
- Die Themenstellungen durch empirischen Studien oder Fallstudien sind – sofern möglich – interdisziplinär angelegt.
- Fallstudien und Praxisprojekte stärken und schulen den Unternehmergeist der Studierenden, der in einer Führungsposition bzw. Führungsnachwuchsposition in einem mittelständischen Unternehmen, einem Medienkonzern oder einer eigenen Agentur ausgeprägt sein muss.
- Die Kleingruppen erlauben ein interaktives Lehr- und Lernklima zwischen Lehrenden und Lernenden.
- Die individuelle Betreuung (Coaching) fördert und fordert regelmäßige Leistungsfeedbackgespräche.

Das vorgenannte Konzept dient dazu die Studierenden auf ihre spätere Tätigkeit in der Wirtschaft vorzubereiten. Hierbei wird nicht nur darauf Wert gelegt, dass die möglichst realistische Bearbeitung verschiedener Projekte in unterschiedlichen Teamzusammenstellungen funktioniert, sondern auch, dass die Studierenden den konstruktiven Umgang mit Fremdfedback erlernen. Dies wird seitens der BiTS als ein weiteres wesentliches Element für die Steuerung der Lern- und Arbeitsmotivation der Studierenden angesehen.

Die Dozierenden bieten den Studierenden als Unterstützung zu Lehrveranstaltungen in der Regel Skripte an, die auch im Intranet der Hochschule verfügbar sind, und informieren sie über Möglichkeiten der Wissensvertiefung durch ergänzende Fachliteratur. Die Übungen liegen in der Verantwortung der für die Lehrveranstaltung eingesetzten Hochschullehrer und werden bei Bedarf von höhersemestrigen Studierenden oder wissenschaftlichen Mitarbeitern unterstützt. Über das curricular verankerte Angebot hinaus können auf Wunsch bzw. nach Bedarf weitere Tutorien auf freiwilliger Basis eingerichtet werden. Die Hochschule fördert die Bildung von Lerngruppen, in denen qualifizierte Studierende ihren Kommilitonen weitere Übungen im Bereich der quantitativen Betriebswirtschaftslehre anbieten und den Lehrstoff neben den Lehrveranstaltungen vertiefen. Die Dozenten des Studienganges üben dabei eine zusätzliche Coaching-Funktion aus.

Die Hochschule hat ein Konzept entwickelt, welches die regelmäßige und sinnvolle Einbindung von Gastreferenten in die Lehrveranstaltungen sicherstellt. Die Gastreferenten werden aus unterschiedlichen Branchen und Institutionen hinzugezogen und vermitteln den Studie-

renden somit einen vertiefenden Einblick in die unterschiedlichsten berufspraktischen Tätigkeiten. Auch hierdurch wird die Employability der Studierenden gefördert und sie werden in die Lage versetzt vorab mögliche Tätigkeitsgebiete für die eigene berufliche Karriere tiefergehend zu reflektieren.

Bewertung:

Die didaktischen Konzepte der Studiengänge sind nachvollziehbar und auf die jeweiligen Studiengangsziele 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

Bachelor-Studiengang B&TM:

Ausweislich der vorgelegten Lehrverflechtungsmatrix wird der Studiengang, der im Fachbereich Wirtschaft angesiedelt ist, insgesamt 31 Dozierenden. Von diesen sind 23 hauptamtlich Lehrende. Die Leitung obliegt einem Dekan, welcher durch einen Prodekan unterstützt wird. Durch eine inhaltliche Verknüpfung mit den bestehenden Forschungs- und Lehrgebieten der Hochschule wird die Lehre überwiegend aus dem Kreis der hauptberuflich Lehrenden abgedeckt. Diese zum internen Lehrteam der Hochschule zählenden Personen verfügen größtenteils über eine Professur und sind sowohl in der Forschung als auch in der Lehre gleichermaßen ausgewiesen. Lehraufträge werden in einem Umfang bis zu 50 % vergeben.

Bei der Einstellung von Professoren wie auch der Auswahl der Lehrbeauftragten wird nach Angaben der Hochschule deren wissenschaftliche Qualifikation sichergestellt. Die Einstellungsvoraussetzungen für Professoren richten sich nach den landesrechtlichen Vorschriften (wissenschaftliche und pädagogische Qualifikation sowie Praxiserfahrung). Lehrbeauftragte sind zum Teil Professoren anderer Hochschulen, zum anderen Teil Praktiker aus relevanten Berufsfeldern. Auch diese müssen gemäß Prüfungsordnung über einen akademischen Abschluss verfügen, um an der Hochschule Prüfungen abnehmen zu können. Über achtzig Prozent des Lehrpersonals (80,6 %) sind promoviert, 71,8 Prozent erbringen Forschungstätigkeiten, 77,4 Prozent verfügen über einen internationalen Hintergrund. Die Lehrenden wurden seitens der Hochschule zu 100 % als berufspraktische Experten beschrieben.

Bachelor-Studiengang GBM:

Ausweislich der vorgelegten Lehrverflechtungsmatrix wird der Studiengang, der im Fachbereich Wirtschaft angesiedelt ist, von 38 Dozierenden in diesem Studiengang sind 20 hauptamtlich Lehrende. Die Leitung obliegt einem Dekan, welcher durch eine Prodekanin unterstützt wird. Durch eine inhaltliche Verknüpfung mit den bestehenden Forschungs- und Lehrgebieten der Hochschule wird die Lehre überwiegend aus dem Kreis der hauptberuflich Lehrenden abgedeckt. Diese zum internen Lehrteam der Hochschule zählenden Personen verfügen größtenteils über eine Professur und sind sowohl in der Forschung als auch in der Lehre gleichermaßen ausgewiesen. Lehraufträge werden in einem Umfang bis zu 50 % vergeben.

Bei der Einstellung von Professoren wie auch der Auswahl der Lehrbeauftragten wird nach Angaben der Hochschule deren wissenschaftliche Qualifikation sichergestellt. Die Einstellungsvoraussetzungen für Professoren richten sich nach den landesrechtlichen Vorschriften

(wissenschaftliche und pädagogische Qualifikation sowie Praxiserfahrung). Lehrbeauftragte sind zum Teil Professoren anderer Hochschulen, zum anderen Teil Praktiker aus relevanten Berufsfeldern. Auch diese müssen gemäß Prüfungsordnung über einen akademischen Abschluss verfügen, um an der Hochschule Prüfungen abnehmen zu können. Über sechzig Prozent des Lehrpersonals (60,5 %) sind promoviert, 71,8 Prozent erbringen Forschungstätigkeiten, 79,5 Prozent verfügen über einen internationalen Hintergrund. Die Lehrenden wurden seitens der Hochschule zu 100 % als berufspraktische Experten beschrieben.

Bachelor-Studiengang IMSI:

Ausweislich der vorgelegten Lehrverflechtungsmatrix wird der Studiengang, der im Fachbereich Wirtschaft angesiedelt ist, von 30 Dozierenden in diesem Studiengang sind 22 hauptamtlich Lehrende. Die Leitung obliegt einem Dekan, welcher durch eine Prodekanin unterstützt wird. Durch eine inhaltliche Verknüpfung mit den bestehenden Forschungs- und Lehrgebieten der Hochschule wird die Lehre überwiegend aus dem Kreis der hauptberuflich Lehrenden abgedeckt. Diese zum internen Lehrteam der Hochschule zählenden Personen verfügen größtenteils über eine Professur und sind sowohl in der Forschung als auch in der Lehre gleichermaßen ausgewiesen. Lehraufträge werden in einem Umfang bis zu 50 % vergeben.

Bei der Einstellung von Professoren wie auch der Auswahl der Lehrbeauftragten wird nach Angaben der Hochschule deren wissenschaftliche Qualifikation sichergestellt. Die Einstellungsvoraussetzungen für Professoren richten sich nach den landesrechtlichen Vorschriften (wissenschaftliche und pädagogische Qualifikation sowie Praxiserfahrung). Lehrbeauftragte sind zum Teil Professoren anderer Hochschulen, zum anderen Teil Praktiker aus relevanten Berufsfeldern. Auch diese müssen gemäß Prüfungsordnung über einen akademischen Abschluss verfügen, um an der Hochschule Prüfungen abnehmen zu können. Zwei Drittel des Lehrpersonals (66,7 %) sind promoviert, 73,3 % erbringen Forschungstätigkeiten, 96,7 % verfügen über einen internationalen Hintergrund. Die Lehrenden wurden seitens der Hochschule zu 100 % als berufspraktische Experten beschrieben.

Master-Studiengang PR&CC:

Ausweislich der vorgelegten Lehrverflechtungsmatrix wird der Studiengang, der im Fachbereich Wirtschaft angesiedelt ist, von 21 Dozierenden in diesem Studiengang sind 7 hauptamtlich Lehrende. Die Leitung obliegt einem Dekan, welcher durch eine Prodekanin unterstützt wird. Durch eine inhaltliche Verknüpfung mit den bestehenden Forschungs- und Lehrgebieten der Hochschule wird die Lehre überwiegend aus dem Kreis der hauptberuflich Lehrenden abgedeckt. Diese zum internen Lehrteam der Hochschule zählenden Personen verfügen größtenteils über eine Professur und sind sowohl in der Forschung als auch in der Lehre gleichermaßen ausgewiesen. Lehraufträge werden in einem Umfang bis zu 50 % vergeben.

Bei der Einstellung von Professoren wie auch der Auswahl der Lehrbeauftragten wird nach Angaben der Hochschule deren wissenschaftliche Qualifikation sichergestellt. Die Einstellungsvoraussetzungen für Professoren richten sich nach den landesrechtlichen Vorschriften (wissenschaftliche und pädagogische Qualifikation sowie Praxiserfahrung). Lehrbeauftragte sind zum Teil Professoren anderer Hochschulen, zum anderen Teil Praktiker aus relevanten Berufsfeldern. Auch diese müssen gemäß Prüfungsordnung über einen akademischen Abschluss verfügen, um an der Hochschule Prüfungen abnehmen zu können. Fast sechzig Prozent des Lehrpersonals (57,1 %) sind promoviert, 63,2 Prozent erbringen Forschungstätigkeiten, 84,2 Prozent verfügen über einen internationalen Hintergrund. Die Lehrenden wurden seitens der Hochschule zu 100 % als berufspraktische Experten beschrieben.

Die Hochschule führt nach eigenen Angaben Maßnahmen zur Personalentwicklung durch, die in der Regel individuell mit den Dozierenden abgestimmt würden. Eine Mitarbeiterin ist zuständig für die Auswahl relevanter Weiterbildungsangebote, die Kontaktpflege zum Hochschuldidaktischen Zentrum (HDZ) der TU Dortmund und zum regionalen Netzwerk Hoch-

schuldidaktische Weiterbildung (hdw-nrw), für die Begutachtung der Ergebnisse der Lehrevaluation und für die Klärung problematischer Fälle mit der Hochschulleitung. Die Teilnahme an Weiterbildungsveranstaltungen ist freiwillig. Fällt jedoch ein Lehrbeauftragter wiederholt negativ bei Evaluationen auf und nimmt nicht an geeigneten Kursen teil, so erfolge mit Absprache der Geschäftsführung eine Beendigung der Zusammenarbeit. Weiterhin bietet die Hochschule den Lehrenden wöchentlich einen Kurs zur Auffrischung und Verbesserung der Englischkenntnisse an. Viele Lehrende trafen sich einmal monatlich zur Gesprächsrunde „Didaktik am Nachmittag“, um aktuelle Themen mit Bezug zur Lehre zu diskutieren.

Innerhalb aller Studiengänge, legt die Hochschule nach eigener Darstellung großen Wert auf die Zusammenarbeit und Abstimmung der Lehrenden untereinander. Die Dekane richteten regelmäßige Dozententreffen aus, an denen Lehrende aus den verschiedenen Studiengängen teilnahmen. Übergreifende Themen würden darüber hinaus in den akademischen Selbstverwaltungsgremien diskutiert und entschieden.

Die Studierenden profitierten gerade wegen der überschaubaren Gruppengröße von einer sehr guten und individuellen Betreuung durch die Lehrenden. Sie könnten nach den Lehrveranstaltungen Kontakt mit den Lehrkräften aufnehmen. Alle Lehrenden haben feste wöchentliche Sprechzeiten, sind für die Studierenden aber auch außerhalb davon persönlich, telefonisch sowie elektronisch erreichbar.

Die Anzahl des nicht-wissenschaftlichen Personals beläuft sich auf 78 Personen, ohne studentische Hilfskräfte. Maßnahmen zur Personalentwicklung und -qualifizierung der Verwaltung sind vorhanden. Sie werden in der Regel individuell abgestimmt. Weiterbildende Aktivitäten werden in der Verwaltung auf Anfrage durchgeführt bzw. von der Geschäftsführung initiiert und an den Mitarbeiter weitergeleitet. So gibt es für die Abteilung Finanzen und Buchhaltung regelmäßige Seminare, an denen sie teilnehmen. U. a. haben Mitarbeiter des Studiensekretariats, des Examination Office und des Qualitätsmanagement an Tagungen bzw. Schulungen teilgenommen.

Bewertung:

Anzahl und Struktur des Lehrpersonals korrespondieren, auch unter Berücksichtigung der Mitwirkung in anderen Studiengängen, mit den Anforderungen der Studiengänge. Sie entsprechen, soweit vorhanden, 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)

Die Hochschule pflegt allein schon zur Gewährleistung ausreichender Studienplätze für das obligatorische Auslandssemester ein dichtes Netzwerk an Hochschulpartnerschaften. Ihr kommt dabei besonders die Einbindung in das Laureate-Netzwerk zugute, durch das sich nach Selbstauskunft der Hochschule zahlreiche Kontakte ergeben hätten und das auch zukünftig für die Anbahnung neuer Partnerschaften genutzt werden sollte. Die BiTS ist bereits seit Januar 2008 Partner des Laureate Education Inc. (Baltimore, USA) Netzwerks. Sie pflegt Austauschbeziehungen mit 80 Hochschulen in 29 Ländern, im Rahmen dieses Netzwerkes. Die Hochschule pflegt zudem vielfältige Kooperationen mit Wirtschaftspartnern. Kooperationspartner sind: Deutsche Bank, Sparkassen-Finanzgruppe und DZ Bank, Vodafone, Daimler, ThyssenKrupp Steel, Creditreform, MAN, RWE, TUI, Otto Fuchs, Condor Flugdienst GmbH, Hella, PricewaterhouseCoopers, Deloitte, Ernst & Young, Dr. Wehberg und Partner, Naust & Hunecke, Audalis, Paul und Collegen, Exeo und Porsche. Die Partnerschaften und gemeinsamen Projekte der Hochschule zielen allesamt auf eine Anreicherung des Studiums mit Impulsen aus der beruflichen Praxis, die Vermittlung von Praktikumsplätzen, die Gewinnung aktueller Fragestellungen für Projekt- und Abschlussarbeiten sowie auf einen geebneten Weg der Studierenden in eine qualifizierte Berufstätigkeit.

Auf institutioneller Ebene bestehen zudem intensive Kontakte zur Südwestfälischen Industrie- und Handelskammer zu Hagen, zur Industrie- und Handelskammer für das südöstliche Westfalen in Arnsberg und zu den lokalen und regionalen Arbeitgeberverbänden. Die Hochschule engagiert sich außerdem in der Wirtschaftsinitiative Iserlohn und pflegt dadurch vielfältige Kontakte zur regionalen Wirtschaft.

Bewertung:

Beteiligt oder beauftragt die Hochschule andere Organisationen mit der Durchführung von Teilen der Studiengänge, gewährleistet sie die Umsetzung und die Qualität der Studiengangskonzepte. Umfang und Art bestehender Kooperationen sind beschrieben und die der Kooperation zu Grunde liegenden Vereinbarungen sind dokumentiert.

		Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
4.2	Kooperationen und Partnerschaften (falls relevant)			

4.3 Sachausstattung

Jeder Veranstaltungsraum ist mit einem Whiteboard und einem Overhead-Projektor ausgestattet. Ein Großteil der Räume verfügt über Beamer. Den Dozenten stehen darüber hinaus je nach Bedarf Metaplanwände und -koffer, Flipcharts und Video-/TV-Wagen zur Verfügung. Die Hochschule hält PC-Arbeitsplätze in den sog. PC-Pools sowie in der Bibliothek vor. Auf dem Gelände der Hochschule ist darüber hinaus Wireless LAN verfügbar.

Der Bestand der Bibliothek in Iserlohn wird laufend ergänzt und aktualisiert. Er beinhaltet derzeit ca. 11.100 Medieneinheiten (Stand: März 2015). Außerdem werden gut 60 Fachzeitschriften aus dem deutschen und englischen Sprachraum vorgehalten, weitere sind über die Datenbank WISO Plus im Volltext verfügbar. Auch Wochen- und Tageszeitungen werden abonniert. Neuanschaffungen erfolgen insbesondere auf Vorschlag von Dozenten und/oder Studierenden. Die Hochschule ist zudem an die Digitale Bibliothek NRW angeschlossen, und auch die Bestandskataloge von Bibliotheken aus der näheren Umgebung (FernUniversität Hagen und TU Dortmund) sowie verschiedene Verbundkataloge, nationale und internationale Bibliothekskataloge, die Zeitschriftendatenbank (ZDB) und einige freie Volltextdatenbanken sind für die Studierenden zugänglich. Die Bibliothek ist während der Vorlesungszeit von

8:30 bis 19:00 Uhr geöffnet. In den Semesterferien gelten kürzere Öffnungszeiten. Die Bibliothek ist derzeit mit 36 Arbeitsplätzen und 5 Computerarbeitsplätzen für Benutzer ausgestattet, weitere 20 Benutzerarbeitsplätze befinden sich in unmittelbarer Nähe zur Bibliothek.

Die räumliche Ausstattung der Hochschule am Standort Iserlohn stellt sich wie folgt dar:

Räumlichkeiten	Anzahl
Räume für die Lehre in unterschiedlichen Größen (15-50 Stud.)	41
Funktionsräume (z. B. Sprachen, Soft Skills, Medienräume)	5
PC-Pools	6
Audimax	1
Studierendensekretariat, Career Center, International Office, Examination Office	7
Foyer	1
Bibliothek	1
Cafeteria, Aufenthaltsräume, Teeküchen	5
Studierendenvertretung (Büro / Besprechungsraum)	1
Redaktionsraum Lehrredaktion	1
Radiostudio / TV-Studio	3
Räume stud. Ressorts / stud. Initiativen	13
Büroräume, Besprechungsräume	49
Rechenzentrum, Technik Telefonanlage	2
Archive, Kopierräume, Lagerräume	16
Gesamt	152

Die Hochschule war zum Zeitpunkt der Begehung vor Ort dabei eine neue Lernplattform einzuführen. Die Studierenden berichteten sehr positiv über die Testphase und sie sehen der Vollendung der Einführung freudig entgegen. Auf dieser Plattform geht es insbesondere um die Bereitstellung elektronischer Vorlesungs- und Seminarunterlagen, die Einrichtung einer modernen elektronischen Lernumgebung, Selbsttestmöglichkeiten für die Studierenden im Vorfeld von Klausuren und die Schaffung virtueller Arbeits- und Diskussionsgruppen. Diese Maßnahmen sollen das Selbststudium besser strukturieren und gestalten helfen. Studierende werden so die Möglichkeit erhalten, ortsunabhängig ihr Studium gezielt voranzutreiben. Das System soll zudem so angelegt werden, dass es problemlos auch auf die anderen Standorte übertragen werden kann.

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 Literatúrausstattung und ggf. dem Zugang zu digitalen Medien und relevanten Datenbanken sowie der Öffnungszeiten und Betreuungsangebote der Bibliothek gesichert.

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

4.4 Finanzausstattung (relevant für nichtstaatliche Hochschulen)

Bachelor-Studiengang B&TM:

Die Hochschule finanziert sich in erster Linie durch die Studienentgelte, daneben auch durch Spenden, Zuwendungen im Rahmen des Hochschulpakts und zukünftig auch durch Einnahmen aus den Tätigkeiten der ihr zugeordneten Institute.

Für das Jahr 2014 kann die Hochschule insgesamt eine positive Geschäftsbilanz vorweisen und plant dies auch für die Zukunft. Da die Studiengänge nicht als Profit-Center geführt werden, lassen sich keine Rückschlüsse auf die Rentabilität der einzelnen Programme ziehen. Zur Absicherung eines kontinuierlichen Studienablaufs für alle immatrikulierten Studierenden hat die Hochschule beim zuständigen Ministerium des Landes Nordrhein-Westfalen eine Bürgschaft in Millionenhöhe hinterlegt.

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

Die Hochschule verfolgt das Ziel, die Qualität der Wissensvermittlung zu sichern und fortlaufend zu optimieren. Um dies zu erreichen, will sie Theorie und Praxis sowie Lehr- und Forschungsaktivitäten verknüpfen und so ihren Studierenden im Rahmen des Studiums zugleich einen Einblick in die berufliche Praxis und in den wissenschaftlichen Diskurs der Fachdisziplin geben. Das hochschulübergreifende Qualitätsmanagement umfasst verschiedene qualitätssichernde Instrumente, wie

- Diskussionen und Analysen im Rahmen von Fachbereichssitzungen,
- die kontinuierliche Evaluation der Lehrveranstaltungen,
- die Förderung der Dozenten durch externe und interne Weiterbildungsmöglichkeiten,
- die Etablierung verpflichtender Leistungs-Feedback-Gespräche mit Studierenden mit problematischem Leistungsniveau,
- die Erst- und Re-Akkreditierung aller an der Hochschule angebotenen Studiengänge durch externe Agenturen,
- die Einsetzung eines studiengangbezogenen Beirats sowie die Etablierung eines studiengangübergreifenden
- Ehrensensats zur kontinuierlichen externen Begutachtung,
- die schriftliche Information aller Studierenden und Dozenten durch „Semester-Start-Broschüren“ und „Dozenten-Start Broschüren“,

- die Förderung der internen Kommunikation durch die Etablierung des „Treffens der hauptamtlich Lehrenden“, Fach- bzw. Themen-Arbeitsgruppen,
- die Förderung des studienganginternen Informationsaustauschs durch regelmäßige studiengangbezogene Dozentenversammlungen,
- Studierendenbefragungen, Absolventenbefragungen und Befragungen des Lehrpersonals sowie statistische Auswertungen von Leistungskennzahlen.

Eine routinemäßige Evaluierung von Programmqualität und Programmrelevanz erfolgt vor allem durch die standardisierte Lehrevaluation der Module durch die Studierenden, die jedes Semester durchgeführt wird. Der Rücklauf liegt bei etwa 80 %. Der Evaluationsbogen wird schriftlich und anonymisiert durch die Studierenden ausgefüllt. Die Dozenten erhalten die Ergebnisse für ihre eigenen Lehrveranstaltungen, die akademische Geschäftsführung eine Übersicht der Ergebnisse. Ergeben sich hieraus im Einzelfall Probleme bei der Erbringung der Lehrleistung, erfolgen Gespräche zwischen Dekan bzw. Prodekan und den betroffenen Lehrenden über Möglichkeiten der Problembekämpfung, z. B. durch hochschuldidaktische Weiterqualifizierung. Dies führt nach Erfahrung der Hochschule in der Regel zu wesentlichen Qualitätsverbesserungen. Auch die Studierenden erhalten stets eine Zusammenfassung der Ergebnisse, insbesondere zum Rücklauf, der durchschnittlichen Bewertung des Studienganges sowie den ergriffenen Maßnahmen zur Qualitätsverbesserung.

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: Business and Information Technology School, Iserlohn

Bachelor-/Master-Studiengänge: Business & Technology Management (B.Sc.), Green Business Management (B.Sc.), International Management for Service Industries (B.Sc.), Public Relations & Corporate Communication (M.A.)

Beurteilungskriterien	Bewertungsstufen		
	Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
1. Zielsetzung	X		
2. Zulassung	X		
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	X		
3.2.3 Studierbarkeit	X		
3.3 Didaktisches Konzept	X		
4. Wissenschaftliches Umfeld und Rahmenbedingungen			
4.1 Personal	X		
4.1.1 Lehrpersonal	X		
4.1.2 Studiengangsleitung und Studienorganisation	X		
4.1.3 Verwaltungspersonal	X		
4.2 Kooperationen und Partnerschaften (falls relevant)			
4.3 Sachausstattung	X		
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		