

# Beschluss der FIBAA-Akkreditierungskommission für Programme

**108. Sitzung am 14. September 2018**

**Projektnummer:** 17/150  
**Hochschule:** Europäische Fernhochschule Hamburg  
**Standort:** Hamburg  
**Studiengänge:** Sales und Management (B.A.) Re-Akkreditierung  
Dienstleistungsmanagement (B.A.) Konzeptakkreditierung  
Digital Business Management (B.A.) Konzeptakkreditierung

Die FIBAA-Akkreditierungskommission für Programme hat im Auftrag der Stiftung Akkreditierungsrat wie folgt beschlossen:

Der Studiengang **Sales und Management (B.A.)** wird gemäß Ziff. 3.1.2 i.V.m. 3.2.1 und 3.3.1 der Regeln des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung i.d.F. vom 20. Februar 2013 unter einer Auflage für sieben Jahre re-akkreditiert.

Akkreditierungszeitraum: 1. Juli 2018 bis 30. Juni 2025

**Auflage:**

Die Hochschule weist in Bezug auf die Kooperation mit der Eins Plus Deutsche Vertriebsakademie nach, dass sie über die akademische Letztverantwortung verfügt. Dies bezieht sich insbesondere auf die Inhalte des Moduls (die Hochschule muss den Kooperationspartner auf die Modulbeschreibungen verpflichten) und Kriterien und Verfahren über die Auswahl der Dozenten  
(*Kapitel 4.2, Rechtsquelle: Ziff. 2.6 der Regeln des Akkreditierungsrates*).

Die Erfüllung der Auflagen ist bis zum 13. Juni 2019 nachzuweisen.

Das Siegel des Akkreditierungsrates wird vergeben.

Die Studiengänge **Dienstleistungsmanagement (B.A.)** und **Digital Business Management (B.A.)** werden gemäß Ziff. 3.1.1 i.V.m. 3.2.4 i.V.m. 3.2.5 der Regeln des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung i.d.F. vom 20. Februar 2013 für fünf Jahre akkreditiert.

Akkreditierungszeitraum: 1. Januar 2019 bis 31. Dezember 2023

Das Siegel des Akkreditierungsrates wird vergeben.

## Gutachten

---

---

**Hochschule:**

Europäische Fernhochschule Hamburg

---

**Bachelor-Fernstudiengänge:**

Sales und Management

Dienstleistungsmanagement

Digital Business Management

---

**Abschlussgrad:**

Bachelor of Arts (B.A.)

# Allgemeine Informationen zu den Studiengängen

---

## **Kurzbeschreibung des Studienganges Sales und Management:**

Der Studiengang richtet sich überwiegend an Berufstätige mit kaufmännisch oder technisch orientierter Ausbildung, die in betriebswirtschaftlichen Abteilungen vorzugsweise in den Bereichen Vertrieb und Marketing tätig sind. Ziel ist es, den Studierenden durch die Verbindung von Wissenschaft und Praxis eine anwendungsbezogene akademische Ausbildung zu vermitteln, die sie zu einem entscheidungsorientierten Handeln in Wirtschaftsunternehmen, insbesondere im Vertrieb, aber auch im Marketing und verwandten Berufsfeldern befähigt.

## **Kurzbeschreibung des Studienganges Dienstleistungsmanagement:**

Ziel des Studienganges ist es, den Studierenden durch die Verbindung von Lehre und Praxis eine wissenschaftliche und anwendungsbezogene Ausbildung zu vermitteln, die sie befähigt, in Unternehmen und Einrichtungen verantwortungsvolle Aufgaben in service- und dienstleistungsrelevanten Bereichen zu übernehmen. Die Studierenden erwerben die fachlichen Fähigkeiten, Kenntnisse und Fertigkeiten, betriebswirtschaftliche Probleme und Aufgabenstellungen im Dienstleistungsmanagement mit wissenschaftlichen Methoden und Erkenntnissen selbständig und praxisnah zu bearbeiten.

## **Kurzbeschreibung des Studienganges Digital Business Management:**

Der Studiengang zielt darauf, den Studierenden betriebswirtschaftliche Kompetenzen der digitalen Wirtschaft zu vermitteln. Die Absolventen sollen die Bedeutung der digitalen Transformation für Unternehmen und die digitalen Technologien in ihren Dimensionen kennen und in der Lage sein, die Digitalisierung mitzugestalten, umzusetzen und zu begleiten.

---

## **Zuordnung der Studiengänge:**

grundständig

---

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

48 Monate /36 Monate, 180 ECTS-Punkte

---

## **Studienform:**

Vollzeit / Teilzeit

---

## **Double/Joint Degree vorgesehen:**

nein

---

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

Keine Begrenzung (Fernstudium)

---

## **Start zum:**

Jederzeit (kein Semesterbetrieb)

---

## **Erstmaliger Start der Studiengänge:**

Sales und Management: Juli 2013

Dienstleistungsmanagement und Digital Business Management: Januar 2019

---

## **Akkreditierungsart:**

Re-Akkreditierung: Sales und Management

Konzeptakkreditierung: Dienstleistungsmanagement, Digital Business Management

---

## **letzter Akkreditierungszeitraum:**

Sales und Management: 01.07.2013 bis 30.06.2018 (vorläufig verlängert bis 30.06.2019)

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

Am 10. November 2017 wurde zwischen der FIBAA und der Europäischen Fernhochschule Hamburg ein Vertrag über die Re-Akkreditierung des Studienganges **Sales und Management (B.A.)** und die Konzeptakkreditierung der Studiengänge **Dienstleistungsmanagement (B.A.)** und **Digital Business Management (B.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 18. April 2018 übermittelte die Hochschule einen begründeten Antrag, der eine Darstellung der Studiengänge umfasst und das Einhalten der Kriterien für die Akkreditierung von Studiengängen dokumentiert.

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

## **Prof. Dr. Burkhard von Velsen-Zerweck**

Hochschule Magdeburg-Stendal

Professor für Dienstleistungsmanagement (Betriebswirtschaftslehre, insbesondere Management, Führung, Leadership, Organisation, Personal, Qualitätsmanagement, Marketing, Kommunikation, Public Relations, Werbung, Marktforschung, Digital Business Management)

## **Prof. Dr. rer. pol. Sascha Armutat**

Fachhochschule Bielefeld

Professor für allgemeine Betriebswirtschaftslehre, insbesondere Personalmanagement und Organisation (Personalmanagement, Organisation, Führung)

## **Prof. Dr. Marcus Hoffmann**

Duale Hochschule Baden-Württemberg

Professor für Betriebswirtschaft

(Marketing, Vertrieb, Industriegütermarketing, Dienstleistungsmarketing, Logistik, Allgemeine Betriebswirtschaft, International Business)

## **Ulrike Schultz**

FernUniversität Hagen

Akademische Oberrätin ((Fernstudiendidaktik, Rechtswissenschaften, (Europarecht, Zivilrecht, Verfassungsrecht), Geschlechterfragen (im Recht), Rechtssoziologie, Organisations-/ Professionssoziologie Kommunikationswissenschaft))

## **Tobias Kaulfuß**

asknet AG

Vorstandsvorsitzender

(Logistik, Finanzwirtschaft, Bankwesen, Handel/eCommerce, IT)

## **Christoph Back**

Leuphana Universität Lüneburg

Student Betriebswirtschaftslehre (B.A.); E- Business (Nebenfach)

FIBAA-Projektmanager:

Ass. iur. Renate von Sydow

---

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

Die Begutachtung beruht auf der Antragsbegründung, ergänzt um weitere, vom Gutachterteam erbetene Unterlagen, und einer Begutachtung vor Ort. Die Begutachtung vor Ort wurde am 12. Juni 2018 in den Räumen der Hochschule in Hamburg 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 20. August 2018 zur Stellungnahme zugesandt. Die Hochschule übermittelte ihre Stellungnahme zum Gutachten am 24. August 2018; die Stellungnahme ist im vorliegenden Gutachten bereits berücksichtigt.

# Zusammenfassung

Generell gilt, dass im Fall einer Konzeptakkreditierung, in der nur das Studiengangskonzept vorgestellt wird, der Studiengang so zu bewerten ist wie ein laufender Studiengang.

Der Bachelor-Studiengang **Sales und Management (B.A.)** entspricht mit einer Ausnahme und die Bachelor-Studiengänge **Dienstleistungsmanagement (B.A.)** und **Digital Business Management (B.A.)** der Europäischen Fernhochschule Hamburg entsprechen ohne Ausnahmen den Strukturvorgaben der Kultusministerkonferenz (KMK), den Anforderungen des Akkreditierungsrates sowie den Anforderungen des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse in der zum Zeitpunkt der Verfahrenseröffnung geltenden Fassung. Sie sind modular gegliedert, mit ECTS-Punkten versehen und schließen mit dem akademischen Grad „Bachelor of Arts“ ab. Der Grad wird von der Hochschule verliehen.

Der Bachelor-Studiengang **Sales und Management (B.A.)** mit einer Ausnahme und die Bachelor-Studiengänge **Dienstleistungsmanagement (B.A.)** und **Digital Business Management (B.A.)** erfüllen somit ohne Ausnahmen 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

im Falle des Studienganges **Sales und Management** für einen Zeitraum von sieben Jahren vom 1. Juli 2018 bis zum 30. Juni 2025 unter einer Auflage akkreditiert werden.

im Falle des Studienganges **Dienstleistungsmanagement** für einen Zeitraum von fünf Jahren vom 1. Januar 2019 bis zum 31. Dezember 2023 ohne Auflage akkreditiert werden.

im Falle des Studienganges **Digital Business Management** für einen Zeitraum von fünf Jahren vom 1. Januar 2019 bis zum 31. Dezember 2023 ohne Auflage akkreditiert werden.

Handlungsbedarf sehen die Gutachter im Studiengang **Sales und Management (B.A.)** in den Kooperationsvereinbarungen. Die Gutachter sind der Ansicht, dass der aufgezeigte Mangel innerhalb von neun Monaten behebbar ist, weshalb sie eine Akkreditierung unter folgender Auflage empfehlen (vgl. Ziff. 3.1.2 der Regeln des Akkreditierungsrates):

## **Studiengang Sales und Management (B.A.)**

- Auflage  
Die Hochschule weist in Bezug auf die Kooperation mit der Eins Plus Deutsche Vertriebsakademie nach, dass sie über die akademische Letztverantwortung verfügt. Dies bezieht sich insbesondere auf die Inhalte des Moduls (die Hochschule muss den Kooperationspartner auf die Modulbeschreibungen verpflichten) und Kriterien und Verfahren über die Auswahl der Dozenten  
(Kapitel 4.2, Rechtsquelle: Ziff. 2.6 der Regeln des Akkreditierungsrates).

Die Erfüllung der Auflagen ist bis zum 13. Juni 2019 nachzuweisen.

Zur Gesamtbewertung siehe das Qualitätsprofil am Ende des Gutachtens.

# Informationen

## Informationen zur Institution

Die Europäische Fernhochschule Hamburg (Euro-FH) ist eine private Hochschule, deren Trägerin die Europäische Fernhochschule Hamburg GmbH, ein Unternehmen der Klett-Gruppe, ist. Nach der staatlichen Anerkennung vom 26. März 2003, nahm die Hochschule im April 2003 ihren Studienbetrieb auf. Im Jahr 2013 wurde die Euro-FH durch den Wissenschaftsrat für einen Zeitraum von 10 Jahren akkreditiert. Ebenfalls im Jahr 2013 hat der Senat der Freien und Hansestadt Hamburg die unbefristete staatliche Anerkennung der Euro-FH beschlossen.

Die Euro-FH ist durch ein Höchstmaß an organisatorischer Flexibilität konsequent auf die Anforderungen berufstätiger Studierender eingestellt. Diese Flexibilität zeigt sich u. a. an einem fortlaufenden Studienbetrieb ohne Semesterturnus, weshalb ein Studienbeginn jederzeit und mit individuellem Studienverlauf möglich ist. Darüber hinaus können Präsenzprüfungen monatlich an zehn verschiedenen Prüfungszentren in Deutschland und quartalsweise in Wien und Zürich sowie weltweit an deutschen amtlichen Stellen unter Aufsicht (z.B. Konsulate, Botschaften, Goetheinstituten oder anerkannten deutschen Schulen) geschrieben werden. Präsenzseminare werden jährlich an über 400 alternativen Terminen angeboten.

Die Euro-FH arbeitet in den Bereichen Buchhaltung, EDV, Customer Relationship Management (CRM), Marketing und Logistik eng mit ihrem Schwesterunternehmen, dem Institut für Lernsysteme (ILS), zusammen. Das ILS ist mit ca. 80.000 Fernlernenden im Jahr Deutschlands größtes Fernlehrinstitut.

Die Euro-FH führt mehrwöchige Präsenzseminare an ausländischen Partner-Hochschulen als Teil der Pflichtveranstaltungen durch. Diese internationalen Seminare werden in Krakau (Polen), Kolding (Dänemark), Boston (USA), Beijing (China), Shanghai (China), Madrid (Spanien), London (GB) und Gran Canaria (Spanien) abgehalten. Weitere Partnerschaften im Ausland sind geplant. Das Studienangebot der Euro-FH teilt sich in grundständigen Bachelor-Studiengänge und weiterbildende Master-Studiengänge:

### Bachelor-Studiengänge

- Wirtschaftsrecht (LL.B.), 2007
- Logistikmanagement (B.Sc.), 2008
- Betriebswirtschaft und Wirtschaftspsychologie (B.A.), 2009
- Finance und Management (B.Sc.), 2012
- Sales und Management (B.A.), 2013
- Betriebswirtschaftliches Bildungs- und Kulturmanagement (B.A.), 2015
- IT- Management (B.Sc.), 2015
- Betriebswirtschaftslehre (B.Sc.), 2015
- International Business Administration (B.A.), zuvor Europäische BWL, 2016
- Psychologie, 2016
- BWL und Tourismusmanagement, 2017

### Master-Studiengänge

- General Management (MBA), 2004
- Business Coaching und Change Management (M.A.), 2010
- Wirtschaftspsychologie (M.Sc.), 2011
- Marketing MBA (MBA), 2012
- Taxation, Accounting & Finance (M.Acc.), 2014
- Logistik & Supply Chain Management (M.A.), 2017
- Intercultural Management (M.A.), 2017

Aus dem Blickwinkel der überwiegend berufsbegleitend Studierenden bietet die Euro-FH mit ihrem Studienprogramm Möglichkeiten der individuellen Weiterbildung. Zum Leistungsbereich Weiterbildung zählen auch die derzeit angebotenen 35 Zertifikatskurse in den Themenfeldern „Wirtschaft und Management“, „Wirtschaftsrecht“, „Wirtschaftssprachen“ und „Logistik“.

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

Der Bachelor-Studiengang **Sales und Management** wurde erstmals vom 01. Juli 2013 bis zum 30. Juni 2018 unter einer Auflage akkreditiert. Die Akkreditierungsfrist wurde vorläufig um ein Jahr verlängert.

Der Studiengang hat sich seit Aufnahme des Studienbetriebs fortlaufend positiv entwickelt und ist an der Hochschule fest etabliert. Dieser Prozess basiert auf Evaluations- und Feedbackergebnissen, Gesprächen mit Lehrbeauftragten, Dekanen und Studierenden, sowie fachlich-inhaltlichen und didaktischen Überlegungen. Danach gab es keinen Anlass inhaltliche Veränderungen vorzunehmen. Lediglich das Modul „Kostenrechnung und Controlling“ wurde um ein optionales Online-Tutorium erweitert und die Modulreihenfolge des Studienverlaufsplans wurde nach Evaluationen der Teilnehmer teilweise umgestellt. Diese Umstellung wirkt sich nach Angaben der Hochschule positiv auf die Studierbarkeit des Studienganges aus.

Die in Fernstudiengängen durchschnittlich höhere Abbrecherquote als in üblichen Präsenzstudiengängen hält sich im vorliegenden Studiengang durchaus unterhalb der üblichen Norm und zeigt sich insgesamt rückläufig. Die Bewerberzahl ist leicht zurückgegangen aber liegt konstant bei über 100 Teilnehmern pro Jahr.

### Bewertung:

Die Hochschule hat die Auflage zur Genehmigung und zum Inkrafttreten der Allgemeinen sowie der Spezifischen Studien- und Prüfungsordnung erfüllt und die Empfehlungen der letzten Akkreditierung geprüft und bewertet. Die Weiterentwicklung des Studienganges ist insgesamt positiv zu beurteilen und hat sich an den Bedürfnissen der Studierenden orientiert. Die vorgenommenen marginalen curricularen Änderungen sind nachvollziehbar. Die stabilen Studierendenzahlen zeigen, dass der Studiengang seinen Stellenwert behaupten kann und am Markt angenommen wird. Die Abbrecherquote konnte durch die Hochschule nachvollziehbar begründet werden. Insgesamt sind die Gutachter überzeugt, dass der Studiengang gut studierbar ist.

# Darstellung und Bewertung im Einzelnen

## 1 Zielsetzung

### **Studiengang Sales und Management**

Der Studiengang hat das Ziel, die Studierenden auf fachlich qualifizierte Tätigkeiten in der Wirtschaft durch die Verbindung von Wissenschaft und Praxis vorzubereiten, die sie zu einem entscheidungsorientierten Handeln in Wirtschaftsunternehmen und vorzugsweise in den Bereichen des Vertriebs im Innen- und Außendienst, aber auch des Marketings und weiteren verwandten Bereichen befähigt. Darüber hinaus lernen sie, betriebs- und insbesondere vertriebsorientierte Fragestellungen eigenständig zu bearbeiten und zu lösen. Die Studierenden erwerben eine breite und integrierte Kenntnis (Wissen und Verstehen) der wirtschaftswissenschaftlichen Grundlagen und verfügen über ein kritisches Verständnis der wichtigsten Theorien, Modelle und Methoden. Die vermittelten Fähigkeiten und Kompetenzen reichen von der Anwendung grundlegender Terminologien, Prinzipien und Methoden über die vergleichende Einordnung von Theorien, Modellen und Lehrmeinungen bis hin zur zugehörigen kritisch-reflektierten Anwendung von wissenschaftlichen Erkenntnissen. Die Studierenden erwerben die für ihre Berufspraxis relevanten fachlichen und überfachlichen Fähigkeiten, Kenntnisse und Fertigkeiten, die sie im besonderen Maße qualifizieren, komplexe betriebs- und vertriebswirtschaftliche Problemstellungen mit wissenschaftlichen Methoden und Erkenntnissen selbständig, praxisnah und unter Berücksichtigung aktueller Entwicklungen zu bearbeiten. Sie sind in der Lage, Erkenntnisse aus den analytischen und qualitativen Bereichen des Vertriebs mit anwendungsbezogenem Handlungswissen zu verknüpfen, um selbständig neue Lösungsansätze für Fragestellungen in Unternehmen und Institutionen zu entwickeln und beantworten zu können.

Zur eigenständigen Anwendung von wissenschaftlichen Erkenntnissen und Methoden in Form der Analyse und Lösung neuer und praxisrelevanter Problemstellungen und für den Umgang mit Komplexität erwerben die Studierenden folgende Kompetenzen (Wissenserschließung):

- Analytische und konzeptionelle Kompetenz (quantitative Modelle und Methoden, Erwerb von Transferwissen)
- Selbstkompetenz (Zeitmanagement und Selbstorganisation)
- Sozialkompetenz (Kommunikationsvermögen, auch fremdsprachliche Kompetenz, Präsentationsfähigkeit, Teamfähigkeit, Interkulturelle Kompetenz)
- Führungs- und Leitungskompetenz (Führungsfähigkeit, Entscheidungskompetenz, unternehmerische Handlungskompetenz)

Die Befähigung zur Aufnahme einer qualifizierten Erwerbstätigkeit erreichen die Studierenden durch die vermittelten Kernkompetenzen der Kenntnis der Grundlagen der Wirtschaftswissenschaften und der Beherrschung des Vertriebsprozesses in allen Facetten. Die Absolventen sind in der Lage, verantwortungsvolle Fach- und Führungsaufgaben in der Wirtschaft zu übernehmen.

### **Studiengang Dienstleistungsmanagement**

Ziel des Studienganges ist es, den Studierenden durch die Verbindung von Lehre und Praxis eine wissenschaftliche und anwendungsbezogene Ausbildung zu vermitteln, die sie befähigt, verantwortungsvolle Aufgaben in service- und dienstleistungsrelevanten Bereichen zu übernehmen. Der Studiengang umfasst wirtschaftswissenschaftliche Grundlagen, wissenschaftliches Arbeiten, betriebswirtschaftliche Kernfächer, Volkswirtschaftslehre, Recht, Informationsmanagement sowie Unternehmensführung und integriert auf Dienstleistungen bezogene Zusammenhänge in allen Bereichen.

Die Absolventen des Studienganges erbringen den Nachweis, dass sie über ein breites und integriertes Wissen und Verstehen zu den Themen der Wirtschaftswissenschaften und des

Service- und Dienstleistungsbereichs verfügen und ihr Wissen und Verstehen auf ihre Tätigkeit anwenden können. Zudem beherrschen sie methodische Kenntnisse für weiterführende berufliche Tätigkeiten und verfügen über einige vertiefte Wissensbestände auf dem aktuellen Stand der Forschung. Sie erwerben ein kritisches Verständnis der wichtigsten Theorien, Prinzipien und Methoden ihres Faches und sind mit dem Stand der Fachliteratur vertraut.

Die Absolventen erlernen u.a. die fachlichen Handlungskompetenzen, betriebswirtschaftliche Ergebnisse mit Blick auf Dienstleistungen zu kombinieren und daraus Entscheidungsvorlagen zu entwickeln, Ergebnisse empirischer Forschung zur Entscheidungsvorbereitung zu nutzen und z.B. Konzepte des Customer Experience Managements in Produktions- und Dienstleistungsunternehmen zukunftsorientiert zu entwickeln. Darüber hinaus erlangen die Studierenden fachübergreifendes Wissen und Kompetenzen, die sich in den Modulbeschreibungen wiederfinden.

Das Studienprogramm der Euro-FH ist grundsätzlich durch einen hohen Anwendungsbezug im Hinblick auf die mit den Zielen des Studienganges verbundenen möglichen Berufsfelder geprägt. Da die Mehrzahl der Studierenden berufstätig ist, ergibt sich eine enge Verzahnung von Studieninhalten und praktischen Erfahrungen sowie eine intensive Reflexion beider Bereiche.

Die Weiterentwicklung der Persönlichkeit wird besonders in den Präsenzseminaren unterstützt und gefördert. Durch die didaktische Verknüpfung von wissenschaftlichen Erkenntnissen, persönlichem Fachwissen, Reflexions- und Feedbackprozessen mit einer gezielten methodischen Gestaltung werden das Gruppen- und Selbstlernen der Studierenden forciert. Zudem werden in dem vier Module umfassenden Bereich „Skills und Schlüsselqualifikationen“ wichtige Fertigkeiten vermittelt, die maßgeblich zur Weiterentwicklung der Persönlichkeit beitragen. Der Studiengang befasst sich auch mit Überlegungen zu fairem Handeln und fairer Führungskultur. Entscheidungen im ökonomischen Raum müssen sich in einem ethischen Rahmen bewegen, der durch das gesellschaftliche Grundverständnis gebildet wird und damit nicht nur wirtschaftliche Überlegungen einbezieht.

### **Studiengang Digital Business Management**

Der Fokus dieses stark anwendungsorientierten Studienganges liegt auf der wissenschaftlich fundierten Ausbildung von praktischen Handlungskompetenzen im Bereich der digitalen Ökonomie. Diese Zielstellung wird erreicht, indem in allen Modulen theoretisches Fachwissen mit praktischen Anwendungsfällen und Handlungsmöglichkeiten verknüpft wird. Dabei werden die Studierenden permanent herausgefordert, das Wissen nicht nur zu rezipieren, sondern auch, gegebenenfalls vor dem Hintergrund ihrer eigenen beruflichen Erfahrungen, zu reflektieren und auf ihr organisationales Umfeld zu beziehen. Daraus entwickeln die Studierenden selbstständig neue Lösungsansätze und setzen diese um. Den Studierenden wird sowohl ein breiter Überblick über das jeweilige Themenfeld geboten, als auch eine kritische und differenzierte Betrachtung von Konzepten, Modellen, Instrumenten und Handlungsansätzen gefordert. Durch die Lektüre des Studienmaterials und die Absolvierung der begleitenden Übungen und Reflexionsfragen sollen somit stets sowohl fachliche als auch überfachliche Kompetenzen ausgebildet werden. Der Transfer des erworbenen Fachwissens auf Anwendungsfälle im Rahmen von Studien- und Prüfungsleistungen dient der Sicherstellung von Analyse- und Urteilsfähigkeit, Praxisverständnis sowie Argumentationsgeschick und somit der für die digitale Wirtschaft konkret erforderlichen Handlungskompetenzen.

Im Studienverlauf lernen die Studierenden zunehmend selbstständig mit Fachliteratur zu arbeiten und diese für schriftliche Ausarbeitungen zu verwerten. Damit geht einher, dass sich die Prüfungsformen von Klausuren hin zu Haus- und Projektarbeiten bewegen, in denen die eigenständige Wissenserschließung sowie die Bewertung und Nutzung von Informationen eine große Rolle spielt, wodurch ein Übergang vom Wissen zum Können stattfindet. In der

Bachelorthesis sollen die Studierenden abschließend zeigen, dass sie ein Problem der digitalen Wirtschaft selbstständig und reflektiert unter Anwendung ihrer Fach- und Methodenkenntnisse bearbeiten und praktische Implikationen für ihr Fachgebiet herausfiltern können.

Das Studienprogramm der Euro-FH ist grundsätzlich durch einen hohen Anwendungsbezug in Hinblick auf die mit den Zielen des Studienganges verbundenen möglichen Berufsfelder geprägt. Die digitale Transformation betrifft alle Branchen, Wirtschaftszweige und Unternehmensbereiche. Es gibt daher nicht das Berufsfeld des „Digital Business Managers“. Eine Einordnung, für welche Bereiche der Studiengang qualifiziert, muss sich daher vielmehr auf die Tätigkeitsfelder in den Fachbereichen eines Unternehmens konzentrieren. Exemplarisch sind die Geschäftsfelder Personal, Organisation und Führung sowie Digitale Arbeit, Digitales Marketing, Rechnungswesen sowie Digital Finance, Operations und Digitale Produktion und IT-Management zu nennen.

Die umfassende und professionelle Persönlichkeitsentwicklung wird durch Kommunikationsvermögen, Präsentationsfähigkeit, Teamfähigkeit, Führungs- und Entscheidungsfähigkeit, unternehmerisches Handeln, Interkulturelle Kompetenz und gutes Zeit- und Organisationsmanagement unter Beweis gestellt. Die Entwicklung dieser Kompetenzen wird durch die Auseinandersetzung mit Erklärungsmodellen und Handlungsansätzen zu den Themen Kommunizieren, Führen und Leiten, Entscheiden, Urteilen, Verhandeln usw. erreicht. In einigen Modulen (z.B. „Projektmanagement“ oder „Digitale Arbeit“) werden zudem soziale bzw. psychologische Aspekte des jeweiligen Themenfelds adressiert, sodass die Reflexion der Denk- und Handlungsmuster von Akteuren im Unternehmensumfeld als auch der eigenen Person stets angeregt wird. Auch die Bedeutung von Ethik, sozialer Verantwortung und Werten wird im Studienverlauf immer wieder aufgegriffen. Durch eine intensive Beschäftigung mit Zukunftsthemen zur Digitalisierung der Wirtschaft und der Lebenswelten wird die Auseinandersetzung mit gesellschaftlichen Fragestellungen gefördert und eine kritische Reflexion künftiger Entwicklungen der Arbeitswelt sowie der Führungskultur in der digitalen Gesellschaft herbeigeführt.

### **Alle Studiengänge**

Die Förderung der Gleichstellung, der sich die Euro-FH nicht nur für die Studierenden, sondern auch intern in der Organisation verpflichtet fühlt, ist gemäß Grundordnung im Präsidium sowie mittels einer Gleichstellungsbeauftragten als Mitglied des Senats und in den Berufungskommissionen in der Organisation verankert und findet im Struktur- und Entwicklungsplan Berücksichtigung.

Der nicht semestergebundene und fortlaufend konzipierte Fern-Studienbetrieb eröffnet ein hohes Maß individueller Planungsmöglichkeiten. Neben einem laufenden Prüfungsangebot mit monatlichen Klausurterminen können situativ individuelle Absprachen bezüglich des Zeitpunktes der Modulbearbeitung getroffen werden, indem etwa Module in Zeiten höherer Kapazitäten vorgezogen werden können. Eine Verlängerung des Studiums um 50% der Regelstudienzeit ist nicht mit zusätzlichen Kosten verbunden. Weitere Verlängerungen der Studienzeit sind auf Antrag möglich. Von diesen flexiblen Studienbedingungen profitieren insbesondere Studierende mit gesundheitlichen Beeinträchtigungen, aber auch Studierende mit familiären Verpflichtungen, die mit der Erziehung von Kindern oder der Pflege von Angehörigen betraut sind. Wird der Lebensmittelpunkt ins Ausland verlagert, kann die Ablegung von Prüfungsleistungen in internationalen deutschen Instituten vor Ort erfolgen.

Alternative Prüfungs- und Veranstaltungsformen wie eine Verlängerung der Bearbeitungszeit von Klausuren oder eine Splittung von Seminaren sind bei Vorlage entsprechender Nachweise möglich.

Mit der Sozialgarantie, z.B. im Hinblick auf plötzliche Krankheit oder Arbeitslosigkeit, stellt die Euro-FH unter Beweis, dass sie auch flexibel auf während der Studienzeit auftretende Benachteiligungen reagieren kann.

## Bewertung:

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

Auf der Ebene der Studiengänge werden die Konzepte der Hochschule zur Förderung der Geschlechtergerechtigkeit und der Chancengleichheit von Studierenden in besonderen Lebenslagen, wie beispielsweise Studierende mit gesundheitlichen Beeinträchtigungen und Studierende mit Kindern umgesetzt.

	Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
1. Zielsetzung		x	

## 2 Zulassung

Die Zulassungsvoraussetzungen zum Fern-Studium an der Euro-FH sind in § 2 der Mantel-Studien- und Prüfungsordnung unter Verweis auf §§ 37,38 des Hamburgischen Hochschulgesetzes (HmbHG) festgelegt. Zum Studium sind danach berechtigt:

- Bewerber mit allgemeiner Hochschulreife oder Fachhochschulreife und der Empfehlung einer mindestens 12wöchigen berufspraktische Tätigkeit mit Bezug zum gewählten Studiengang
- Bewerber mit einer fachspezifischen Fortbildungsprüfung als Meister, Fachwirt oder gleichwertigen Fortbildungsprüfung oder einem Befähigungszeugnis nach der Schiffsoffizier-Ausbildungsverordnung
- Bewerber mit Abschlüssen anerkannter Fachschulen nach Hamburgischem Schulgesetz und als gleichwertig anerkannten Abschlüssen
- Bewerber mit Abschlüssen landesrechtlicher Fortbildungsregelungen für Berufe im Gesundheitswesen sowie im Bereich der sozialpflegerischen und sozialpädagogischen Berufe, die mit den vorigen vergleichbar sind
- Bewerber mit ausländischen Qualifikationen, die als gleichwertig mit den in den vorangegangenen drei Punkten anerkannten Qualifikationen genannt sind
- Bewerber, die ein abgeschlossenes Hochschulstudium nach einer Regelstudienzeit von mindestens sechs Semestern an einer deutschen Hochschule oder einen vergleichbaren Abschluss an einer ausländischen Hochschule nachweisen können bzw. eine Vorprüfung an einer deutschen Fachhochschule mit weit überdurchschnittlichem Erfolg bestanden haben.
- Bewerber mit einer abgeschlossenen Berufsausbildung und einer danach abgeleistete mindestens dreijährigen Berufstätigkeit und die eine studiengangsspezifische Eingangsprüfung bei der Euro-FH abgelegt haben. Auf die Berufstätigkeit werden maximal zwei Jahre Kindererziehung und Pflegetätigkeit angerechnet.

Für Studierende mit Behinderung sind im Rahmen des Eignungsfeststellungsverfahrens alternative Prüfungsformen vorgesehen.

Darüber hinaus erwartet die Hochschule hinreichende Englischkenntnisse. Um diese sicherzustellen, werden die Interessenten aufgefordert, einen auf der Euro-FH-Homepage erhältlichen schematisierten Selbsttest „Englisch“ zu bearbeiten. Anhand des Tests können die Studierenden selbst überprüfen, ob ihre Englischkenntnisse ausreichend sind. Eine Kontrolle durch die Hochschule findet nicht statt.

Studieninteressierte können sich die Zulassungsbedingungen und eine detaillierte Auflistung und Beschreibung der erforderlichen Bewerbungsunterlagen von der Webseite der Euro-FH herunterladen oder sich in verschiedenen Informationsportalen, insbesondere dem Hochschulkompass, informieren. Die zur Bewerbung um einen Studienplatz einzureichenden Unterlagen können dem Anmeldeformular entnommen werden. Sollten trotzdem Unklarheiten auftreten, stehen dem Bewerber die Beratung für Studieninteressierte (telefonisch und gebührenfrei wochentags in der Zeit zwischen 8:00 – 20:00 Uhr oder per E-Mail) sowie der Immatrikulationsservice beratend zur Verfügung. Kopien von Zeugnissen, Leistungsnachweisen und anderweitigen Bescheinigungen werden im Bewerbungsverfahren grundsätzlich nur in amtlich beglaubigter Form bzw. bei persönlichem Erscheinen gegen Vorlage des Originals akzeptiert. Nach Eingang der Unterlagen werden diese auf Vollständigkeit, Richtigkeit und Gültigkeit geprüft. Die Immatrikulation erfolgt, wenn die Zulassungsbedingungen ordnungsgemäß erfüllt sind. Ist die Immatrikulation erfolgt, erhalten die Bewerber zusammen mit dem ersten Studienpaket eine Anmeldebestätigung, eine Rechnung sowie ihren gültigen Studentenausweis. Das Immatrikulationsverfahren ist in der Immatrikulationsordnung, (IO), transparent geregelt. Der Nachteilsausgleich für Studierende mit Behinderung ist gem. § 20 MPO i.V.m. § 5 IO sichergestellt.

## Bewertung:

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

Durch den Hinweis zu Englischkenntnissen, den freiwilligen Selbsttests und das Modul „English for Business“ ist sichergestellt, dass die Studierenden englischsprachige Lehrveranstaltungen absolvieren und englischsprachige Literatur verstehen können.

Ein Nachteilsausgleich für Studierende mit Behinderung ist sichergestellt.

Ein Zulassungs- bzw. Auswahlverfahren findet nicht statt.

		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

#### Sales und Management

Der Fernstudiengang „Sales und Management“ ist betriebswirtschaftlich mit einem Schwerpunkt im Vertriebswesen ausgerichtet. Er vermittelt sowohl das für Management-Positionen notwendige Grundlagenwissen der Wirtschaftswissenschaften und Kompetenzen der Persönlichkeitsentwicklung, zu denen auch Sprachkenntnisse gehören, in den Kernfächern, die einen Anteil von 60 Prozent am Gesamtstudium haben, als auch das für den vertriebswirtschaftlichen Bereich relevante spezifische Fachwissen, das 33 Prozent einnimmt. 7 Prozent entfallen auf die Bachelor-Thesis. Die fünf Bausteine des Vertriebsprozesses werden in den Modulen „Management der Kundenbeziehung“, „Psychologie des Verkaufs“, „Preisfindung und -durchsetzung“, „Vertragsanbahnung und -abschluss“, „Steuerung von Vertriebsorganisationen“ abgebildet. Weitere



Zunächst erwerben die Studierenden ein kundenorientiertes Verständnis des Vertriebsprozesses und die Fähigkeit, in einem Erstkontakt sich selber aber auch das Produkt erfolgreich einzuführen mit dem Ziel, das Management von Kundenbeziehungen gestalten zu können. Darauf aufbauend werden grundlegende Inhalte der Markt- und Werbepsychologie vermittelt, um einen Einblick in die Psychologie des Verkaufens und damit verbunden in die „Hürde“ der Akquisition zu erhalten. Im weiteren Verlauf geht es darum, Preise analytisch festsetzen und verhandeln zu können, so dass Preisgespräche souverän geführt werden können. Nach der Preisfindung stehen Vertragsanbahnung und Vertragsabschluss im Fokus. Als angehende Führungskräfte sind Kenntnisse der Steuerung von Vertriebsorganisationen unerlässlich, weshalb die Ausgestaltung von Vertriebs- und Handelsorganisationen sowie Mitarbeiterführung gelehrt werden. Vor diesem Hintergrund erlernen die Studierenden u.a. Inhalte aus den Gebieten der Vertriebsorganisation, der Kennzahlen- und Anreizsysteme, des Key Account Managements sowie des Vertriebsrechts. Ergänzend vertiefen die Studierenden ihre Kenntnisse bei der strategischen Planung internationaler Vertriebsprojekte und sind darüber in der Lage, in Zusammenarbeit mit dem Marketing, die dazugehörigen Konzepte zu erstellen, um das Thema Vertrieb nicht nur kurzfristig, sondern auch langfristig zu betrachten. Angereichert wird dies durch ein internationales Seminar an einer Partnerhochschule, in dem betriebswirtschaftliche Fragestellungen in einem internationalen Kontext behandelt werden.

### **Dienstleistungsmanagement**

Der Studiengang vernetzt Grundlagenfächer der Betriebswirtschaftslehre mit Vertiefungen im Dienstleistungssektor. Mit 82 ECTS-Punkten sind die Grundlagen der Wirtschaftswissenschaften der stärkste Anteil, der durch den gesamten Studiengang hindurch vermittelt wird. Über Grundbegriffe hinaus wird theoretisch fundiertes Wissen u.a. im Personalwesen und der Personalführung, der Organisation und der Organisationsentwicklung sowie im Bereich Kommunikation und Konfliktmanagement vermittelt. Auch Themen der Volkswirtschaftslehre, internationale Bezüge, Rechnungslegung, Kostenrechnung und Finanzierung sind Teil des Studiums. Skills und Schlüsselqualifikationen werden z.B. bei der Analyse von Werbung auf Kaufentscheidungen und im Informationsmanagement geschult. Das operative und strategische Dienstleistungsmanagement führt in die Grundlagen des Marketings im Produkt- und Dienstleistungsbereich ein. Um Dienstleistungen auch im internationalen Umfeld erfolgreich anbieten und vermarkten zu können, werden Kenntnisse im länderübergreifenden und interkulturellen Management gelehrt. Der Bereich Service Excellence Management vermittelt u.a. wesentliche Kompetenzen rund um die systematische Entwicklung neuer Dienstleistungen und die Kreierung von Kundenerlebnissen. Vertiefungen im Dienstleistungsmanagement werden durch die Wahl von zwei aus sechs Modulen ermöglicht.

- Consulting
- Tourismus- und Eventmanagement
- Industrienahes Dienstleistungsmanagement
- Management im Handel/E-Commerce
- Logistik
- Internationales Seminar

Die Bachelor-Thesis zu einem betriebswirtschaftlichen Thema mit dienstleistungsorientierter Ausprägung bildet den Abschluss des Studiums.

Die Präsenzseminare haben eine ergänzende Aufgabe, indem sie die unterschiedlichen Perspektiven der Studierenden aufgreifen, sie miteinander in Verbindung bringen und dadurch ein übergreifendes Verständnis einfordern.

Aber auch für branchenfremde Interessenten aus anderen Bereichen bietet der Studiengang einen Einstieg in den Dienstleistungsbereich.

Aufbau und Verlauf des Studienganges werden in der nachfolgenden Curriculumsübersicht abgebildet:

**Dienstleistungsmanagement - Curriculumsübersicht:**  
12 Tertiale / Quartale

Modul Nr.	Modul/Teilmodul	Credit Points in Terialen/Quartalen												Gesamt		Veranstaltungsform z.B. Vorlesung, Seminar	Prüfungsleistungen (Dauer in Min.) sowie Prüfungsform	Gewicht für Gesamtnote		
		1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.	12.	Stunden Präsenz- studium	Stunden Selbst- studium					
<b>M1</b>	<b>Modul 1: Einführung in das Studium und wissenschaftliches Arbeiten</b>	6													16	164			0 / 168	
M 1.1	Teilmodul 1: Wissenschaftliches Arbeiten	4															F			
M 1.2	Teilmodul 2: Einführung in das Studium (Präsenzseminar)	2															S			
<b>M2</b>	<b>Modul 2: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre</b>	6													0	180			6 / 168	
M 2	Modul: Grundlagen der Allgemeinen Betriebswirtschaftslehre	6															F	1 Hausarbeit (4 Wochen)		
<b>M3</b>	<b>Modul 3: Grundlagen des Dienstleistungsmanagements</b>	4	4												2	238			8 / 168	
M 3.1	Teilmodul 1: Grundlagen Dienstleistungen	4															F			
M 3.2	Teilmodul 2: Wertschöpfungsstrukturen		2														F	1 Klausur (120 Min.)		
M 3.3	Teilmodul 3: Preismanagement		2														F			
<b>M 4</b>	<b>Modul 4: Projektmanagement</b>				6										0	180			6 / 168	
M 4.1	Teilmodul 1: Projektmanagement				3												F			
M 4.2	Teilmodul 2: Kommunikation und Kollaboration in Projekten				3												F	1 Projektarbeit (4 Wochen)		
<b>M 5</b>	<b>Modul 5: Personal, Führung und Organisation</b>		4	4											18	222			8 / 168	
M 5.1	Teilmodul 1: Organisation und Organisationsentwicklung		2														F			
M 5.2	Teilmodul 2: Personalführung		4														F	1 Klausur (120 Min.)		
M 5.3	Teilmodul 3: Kommunikation und Konfliktmanagement (Präsenzseminar)			2													S			
<b>M 6</b>	<b>Modul 6: Grundlagen der Rechnungslegung</b>					6									2	178			6 / 168	
M 6	Modul: Buchführung und Bilanzierung					6											F	1 Klausur (120 Min.)		
<b>M 7</b>	<b>Modul 7: Produkt- und Dienstleistungsmarketing</b>					4	6								2	298			10 / 168	
M 7.1	Teilmodul 1: Marketing Strategy					4											F			
M 7.2	Teilmodul 2: Marketing Mix						4										F	1 Klausur (120 Min.)		
M 7.3	Teilmodul 3: Dienstleistungsmarketing und CRM							2									F			
<b>M 8</b>	<b>Modul 8: English for Business</b>		6	6											2	358			12 / 168	
M 8.1	Teilmodul 1: English for Business I		6														F			
M 8.2	Teilmodul 2: English for Business II			6													F	1 Klausur (120 Min.)		
<b>M 9</b>	<b>Modul 9: Quantitative Methoden</b>				6										2	178			0 / 168	
M 9	Modul: Quantitative Methoden				6												F	1 Klausur (120 Min.)		
<b>M 10</b>	<b>Modul 10: Markt- und Werbepsychologie</b>					4	4								2	238			8 / 168	
M 10.1	Teilmodul 1: Marktpsychologie					4											F	1 Klausur (120 Min.)		
M 10.2	Teilmodul 2: Werbepsychologie						4										F			
<b>M 11</b>	<b>Modul 11: Wirtschaftsethik und Corporate Governance</b>					6									2	178			6 / 168	
M 11.1	Teilmodul 1: Wirtschaftsethik					4											F	1 Klausur (120 Min.)		
M 11.2	Teilmodul 2: Corporate Governance						2										F			
<b>M 12</b>	<b>Modul 12: Customer Experience Management</b>							4	4						16	224			8 / 168	
M 12.1	Teilmodul 1: Customer Experience Management							4	2								F			
M 12.2	Teilmodul 2: Visualisieren und Präsentieren (Präsenzseminar)								2								S	1 Projektarbeit (4 Wochen)		
<b>M 13</b>	<b>Modul 13: Service Engineering und Design</b>		6	2											2	238			8 / 168	
M 13.1	Teilmodul 1: Design Thinking		2														F			
M 13.2	Teilmodul 2: Prozessmanagement		4														F	1 Klausur (120 Min.)		
M 13.3	Teilmodul 3: Service Engineering und Design			2													F			
<b>M 14</b>	<b>Modul 14: Informationsmanagement</b>							6							2	178			6 / 168	
M 14	Modul: Informationsmanagement					6											F	1 Klausur (120 Min.)		
<b>M 15</b>	<b>Modul 15: Kostenrechnung und Controlling</b>					6									2	178			6 / 168	
M 15.1	Teilmodul 1: Kostenrechnung					4											F	1 Klausur (120 Min.)		
M 15.2	Teilmodul 2: Controlling						2										F			
<b>M 16</b>	<b>Modul 16: Investition und Finanzierung</b>							6							2	178			6 / 168	
M 16	Modul: Investition und Finanzierung					6											F	1 Klausur (120 Min.)		
<b>M 17</b>	<b>Modul 17: Volkswirtschaftslehre</b>					4	4								0	240			8 / 168	
M 17.1	Teilmodul 1: Grundlagen der VWL und Mikroökonomik						4										F			
M 17.2	Teilmodul 2: Makroökonomik							4									F	1 Hausarbeit (4 Wochen)		
<b>M 18</b>	<b>Modul 18: Change Management</b>									8					2	238			8 / 168	
M 18.1	Teilmodul 1: Grundlagen des Change Managements									2							F			
M 18.2	Teilmodul 2: Interventionsmethoden im Change Management									6							F	1 Klausur (120 Min.)		
<b>M 19</b>	<b>Modul 19: Unternehmensführung</b>									6					0	180			6 / 168	
M 19.1	Teilmodul 1: Unternehmensführung									3							F	1 Projektarbeit (4 Wochen)		
M 19.2	Teilmodul 2: Managementtechniken									3							F			
<b>M 20</b>	<b>Modul 20: Wirtschaftsrecht</b>									6					0	180			6 / 168	
M 20.1	Teilmodul 1: Grundzüge des Wirtschaftsprivatrechts									4							F	1 Hausarbeit (4 Wochen)		
M 20.2	Teilmodul 2: Grundlagen des europäischen Rechts									2							F			
<b>M 21</b>	<b>Modul 21: Internationales Dienstleistungsmanagement</b>									2	4				2	178			6 / 168	
M 21.1	Teilmodul 1: Internationales Dienstleistungsmanagement									2							F			
M 21.2	Teilmodul 2: Intercultural Management (Online-Seminar)										4						S	1 Klausur (120 Min.)		
<b>M 22</b>	<b>Modul 22: Digitale Transformation</b>											6			2	178			6 / 168	
M 22.1	Teilmodul 1: Digitale Lebens- und Arbeitswelten											2					F			
M 22.2	Teilmodul 2: Digitale Ökonomie											4					F	1 Klausur (120 Min.)		
<b>Wahl (2 aus 6 Modulen)</b>																				
<b>M 23</b>	<b>Modul 23: Consulting</b>											6			0	180			6 / 168	
M 23.1	Teilmodul 1: Grundlagen der Unternehmensberatung											2					F			
M 23.2	Teilmodul 2: Unternehmensberatung in der Praxis											4					F	1 Projektarbeit (4 Wochen)		
<b>M 24</b>	<b>Modul 24: Industrienahes Dienstleistungsmanagement</b>											3	3	2	178				6 / 168	
M 24	Modul: Industrienahes Dienstleistungsmanagement											3	3	2			F	1 Klausur (120 Min.)		
<b>M 25</b>	<b>Modul 25: Management im Handel/E-Commerce</b>											6		2	178				6 / 168	
M 25.1	Teilmodul 1: Grundlagen Handelsmanagement											2					F			
M 25.2	Teilmodul 2: E-Commerce											4					F	1 Klausur (120 Min.)		
<b>M 26</b>	<b>Modul 26: Tourismus- und Eventmanagement</b>											3	3	2	178				6 / 168	
M 26.1	Teilmodul 1: Grundlagen des Tourismus											3					F			
M 26.2	Teilmodul 2: Eventmanagement												3				F	1 Klausur (120 Min.)		
<b>M 27</b>	<b>Modul 27: Logistik</b>											6		2	178				6 / 168	
M 27.1	Teilmodul 1: Grundlagen der Logistik											4					F			
M 27.2	Teilmodul 2: Grundlagen von Matrifluss- und Transportsystemen											2					F	1 Klausur (120 Min.)		
<b>M 28</b>	<b>Modul 28: Internationales Seminar</b>											6			96	84			6 / 168	
M 28	Modul: Internationales Seminar											6					S	Klausur oder mündliche Prüfung oder Hausarbeit oder Präsentation (Dauer je nach Prüfungsart)		
<b>M 29</b>	<b>Modul 29: Bachelor-Thesis</b>													12	0	360			12 / 168	
M 29	Modul Bachelor-Thesis													12			F	Thesis (4 bzw. 3 Monate)		
<b>Summe</b>			16	14	16	14	14	16	16	14	14	16	15	15	82'	5318				
												<b>180</b>		<b>5400</b>						

Legende: S: Seminar; F: Fernstudienmaterial/-hefte  
\* Variiert je nach Wahlmodul.

## **Digital Business Management**

Die Beschäftigung mit den einschlägigen Fachthemen aus dem Bereich des Managements der digitalen Wirtschaft bildet den Schwerpunkt des Studienganges. Der Studiengang vernetzt deshalb Grundlagenfächer der Betriebswirtschaftslehre mit Vertiefungen im Bereich der digitalen Ökonomie. Er zeichnet sich durch eine Gliederung in fünf Bereiche

### **1. Grundlagen der Wirtschaftswissenschaften (84 ECTS-Punkte)**

Verteilt über den Studiengangsverlauf werden Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre vermittelt. Aufeinander aufbauend wird theoretisch fundiertes Wissen auch im Personalwesen und der Personalführung, der Organisation und der Organisationsentwicklung sowie im Bereich Kommunikation und Konfliktmanagement und Business English gelehrt. U.a. Grundlagen der Volkswirtschaftslehre, Statistik und die Module „Marketing“ sowie „Operations“ runden den Kanon der betriebswirtschaftlichen Grundlagenfächer ab.

### **2. Kernkompetenzen der Digitalen Transformation (26 ECTS-Punkte)**

Parallel dazu werden zentrale Schlüsselqualifikationen vermittelt. Nach einem Einblick in die Methoden und Instrumente des Projektmanagements wird aufgezeigt, wie die mit der Digitalisierung einhergehenden Veränderungsprozesse initiiert und begleitet werden können. Das Modul „Enterprise Collaboration“ setzt sich mit den Besonderheiten der computergestützten Zusammenarbeit in Unternehmen auseinander und stellt die Anforderungen an die Mitarbeiter in kollaborativen Arbeitssituationen in den Vordergrund.

### **3. Digitale Technologien und Infrastrukturen (22 ECTS-Punkte)**

In diesem Modulbereich lernen die Studierenden die wichtigsten Konzepte, Methoden und Technologien kennen, die die Digitalisierung vorantreiben und die damit verbundenen Sicherheits- und Rechtsbestimmungen

### **4. Digitale Ökonomie (20 ECTS-Punkte)**

Dieser Themenbereich bietet die Möglichkeit, vertiefter auf die Spezifika der digitalen Wirtschaft einzugehen wie z.B. die Auseinandersetzung mit Digitalen Geschäftsmodellen und Strategien oder der Optimierung von Geschäftsprozessen in Unternehmen sowie der Analyse und Aufbereitung großer Datenmengen.

### **5. Vertiefung Digitale Transformation (zwei aus fünf Wahlmodulen, 16 ECTS-Punkte)**

Die bereichsspezifischen Themen aus dem Wahlpflichtbereich dienen der Weiterentwicklung des beruflichen Handelns. Zur Auswahl stehen die Module

„Digitale Arbeit“, „Digitales Marketing“, „Digital Finance“, „Digitale Produktion“ und „Digital Entrepreneurship“.

Die Bachelor-Thesis zu einem betriebswirtschaftlichen oder verwandten Thema mit dem Schwerpunkt auf digitaler Ökonomie bildet den Abschluss des Studiums.

Nachfolgend bietet das Curriculum einen Überblick über den Studienverlauf:

**Digital Business Management (B.A.) - Curriculumsübersicht:  
12 Tertiale / Quartale**

Modul Nr.	Modul/Teilmodul	Credit Points in Tertialen/Quartalen												Gesamt	Veranstaltungsform	Prüfungsleistung (Dauer in Min.) sowie Prüfungsform	Gewicht für Gesamtnote		
		1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.	12.						
M1	<b>Modul 1: Einführung in das Studium und wissenschaftliches Arbeiten</b>	6												16	164			0 / 168	
M 1.1	Teilmodul 1: Wissenschaftliches Arbeiten	4														F			
M 1.2	Teilmodul 2: Einführung in das Studium (Präsenzseminar)	2														S			
M2	<b>Modul 2: Personal, Führung und Organisation</b>	4	4											18	222			8 / 168	
M 2.1	Teilmodul 1: Organisation und Organisationsentwicklung	2														F			
M 2.2	Teilmodul 2: Personalführung	2	2													F			
M 2.3	Teilmodul 3: Kommunikation und Konfliktmanagement (Präsenzseminar)	2														S		1 Klausur (120 min)	
M3	<b>Modul 3: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre</b>	6												0	180			6 / 168	
M 3	Modul: Grundlagen der Allgemeinen Betriebswirtschaftslehre	6														F		1 Hausarbeit (4 Wochen)	
M 4	<b>Modul 4: Change Management</b>		4	4										2	238			8 / 168	
M 4.1	Teilmodul 1: Grundlagen des Change Managements		2													F			
M 4.2	Teilmodul 2: Interventionsmethoden im Change Management		2	4												F		1 Klausur (120 Min.)	
M 5	<b>Modul 5: Grundlagen der Rechnungslegung</b>		6											2	178			6 / 168	
M 5	Modul: Buchführung und Bilanzierung		6													F		1 Klausur (120 Min.)	
M 6	<b>Modul 6: Projektmanagement</b>			6										0	180			6 / 168	
M 6.1	Teilmodul 1: Projektmanagement			3												F			
M 6.2	Teilmodul 2: Kommunikation und Kollaboration in Projekten			3												F		1 Projektarbeit (4 Wochen)	
M 7	<b>Modul 7: Quantitative Methoden</b>			6										2	178			0 / 168	
M 7	Modul: Quantitative Methoden			6												F		1 Klausur (120 Min.)	
M 8	<b>Modul 8: Kostenrechnung und Controlling</b>				6									2	178			6 / 168	
M 8.1	Teilmodul 1: Kostenrechnung				4											F			
M 8.2	Teilmodul 2: Controlling				2											F		1 Klausur (120 Min.)	
M 9	<b>Modul 9: Digitale Geschäftsmodelle und Strategien</b>				3	3								0	180			6 / 168	
M 9.1	Teilmodul 1: E-Business und Digitaler Handel				3											F			
M 9.2	Teilmodul 2: Entwicklung von Geschäftsmodellinnovationen					3										F		1 Projektarbeit (4 Wochen)	
M 10	<b>Modul 10: Unternehmensführung</b>				6									0	180			6 / 168	
M 10.1	Teilmodul 1: Unternehmensführung				3											F			
M 10.2	Teilmodul 2: Managementtechniken				3											F		1 Projektarbeit (4 Wochen)	
M 11	<b>Modul 11: Business Engineering</b>					6								16	164			6 / 168	
M 11.1	Teilmodul 1: Geschäftsprozessmanagement und -modellierung					4										F			
M 11.2	Teilmodul 2: Business Engineering (Präsenzseminar)					2										S		1 Projektarbeit (4 Wochen)	
M 12	<b>Modul 12: English for Business</b>				6	6								2	358			12 / 168	
M 12.1	Teilmodul 1: English for Business I				6											F			
M 12.2	Teilmodul 2: English for Business II					6										F		1 Klausur (120 Min.)	
M 13	<b>Modul 13: Marketing</b>						3	5						2	238			8 / 168	
M 13.1	Teilmodul 1: Marketing Strategy						3	1								F			
M 13.2	Teilmodul 2: Marketing Mix							4								F		1 Klausur (120 Min.)	
M 14	<b>Modul 14: Digitale Technologien</b>						5	3						2	238			8 / 168	
M 14.1	Teilmodul 1: Einführung in die Computer- und Informationstechnologien						2									F			
M 14.2	Teilmodul 2: Grundlagen von Datenbanken							3								F			
M 14.3	Teilmodul 3: Anwendung und Aufbau eingebetteter und cyber-physischer Systeme								3							F		1 Klausur (120 Min.)	
M 15	<b>Modul 15: Enterprise Collaboration</b>								6					0	180			6 / 168	
M 15.1	Teilmodul 1: Computergestützte Kollaboration in Unternehmen								2							F			
M 15.2	Teilmodul 2: Betriebliches Wissensmanagement								2							F			
M 15.3	Teilmodul 3: Enterprise Collaboration (Online-seminar)								2							S		1 Projektarbeit (4 Wochen)	
M 16	<b>Modul 16: Investition und Finanzierung</b>									6				2	178			6 / 168	
M 16	Modul: Investition und Finanzierung									6						F		1 Klausur (120 Min.)	
M 17	<b>Modul 17: Business Intelligence und Analytics</b>										4	4		2	238			8 / 168	
M 17.1	Teilmodul 1: Web Analytics and Social Media Monitoring										2					F			
M 17.2	Teilmodul 2: Business Analytics										2	1				F			
M 17.3	Teilmodul 3: Business Intelligence											3				F		1 Klausur (120 Min.)	
M 18	<b>Modul 18: Operations</b>										6			2	178			6 / 168	
M 18.1	Teilmodul 1: Produktionssysteme und -management										4					F			
M 18.2	Teilmodul 2: Supply Chain Management										2					F		1 Klausur (120 Min.)	
M 19	<b>Modul 19: Volkswirtschaftslehre</b>												8	0	240			8 / 168	
M 19.1	Teilmodul 1: Grundlagen der VWL und Mikroökonomik												4			F			
M 19.2	Teilmodul 2: Makroökonomik												4			F		1 Hausarbeit (4 Wochen)	
<b>Wahl (2 aus 5 Modulen)</b>																			
M 20	<b>Modul 20: Digitale Arbeit</b>									4	4			0	240			8 / 168	
M 20.1	Teilmodul 1: Digitale Gesellschaft und Lebenswelten										4	1				F			
M 20.2	Teilmodul 2: Arbeit 4.0 und Organisation											3				F		1 Projektarbeit (4 Wochen)	
M 21	<b>Modul 21: Digitales Marketing</b>												4	4	0	240		8 / 168	
M 21.1	Teilmodul 1: Entwicklung von Digitalstrategien												1			F			
M 21.2	Teilmodul 2: Produktion digitaler Inhalte und Mediaplanung												1	1		F		1 Projektarbeit (4 Wochen)	
M 21.3	Teilmodul 3: Techniken des digitalen Marketing												2	3		F			
M 22	<b>Modul 22: Digital Finance</b>												4	4	2	238		8 / 168	
M 22	Modul: Digital Finance												4	4		F		1 Klausur (120 Min.)	
M 23	<b>Modul 23: Digitale Produktion</b>												4	4	2	238		8 / 168	
M 23.1	Teilmodul 1: Modellbildung und Simulation												2			F			
M 23.2	Teilmodul 2: Virtuelle Technologien und Internet der Dinge												2	1		F			
M 23.3	Teilmodul 3: Rechnergestützte und selbstorganisierende Automation													3		F		1 Klausur (120 Min.)	
M 24	<b>Modul 24: Digital Entrepreneurship</b>												4	4	0	240		8 / 168	
M 24.1	Teilmodul 1: Entrepreneurship												4	1		F			
M 24.2	Teilmodul 2: Erstellen eines Businessplans													3		F		1 Projektarbeit (4 Wochen)	
M 25	<b>Modul 25: Innovationsmanagement und Design Thinking</b>													6	164			6 / 168	
M 25.1	Teilmodul 1: Innovationsmanagement													3		F			
M 25.2	Teilmodul 2: Design Thinking (Präsenzseminar)													3		S		1 Projektarbeit (4 Wochen)	
M 26	<b>Modul 26: IT-Management</b>													4	4	2	238	8 / 168	
M 26.1	Teilmodul 1: IT-Management im Unternehmen													2		F			
M 26.2	Teilmodul 2: IT-Projektmanagement und Agile Engineering													2	1	F			
M 26.3	Teilmodul 3: Lifecycle-, Service- und Qualitätsmanagement														3	F		1 Klausur (120 Min.)	
M 27	<b>Modul 27: IT-Sicherheit und Recht</b>													6	2	178		6 / 168	
M 27.1	Teilmodul 1: IT-Sicherheit															F			
M 27.2	Teilmodul 2: IT-Recht															F		1 Klausur (120 Min.)	
M 28	<b>Modul 28: Bachelor-Thesis</b>													12	0	360		12 / 168	
M 28	Modul Bachelor-Thesis													12				Thesis (4 bzw. 3 Monate)	
<b>Summe</b>		16	14	16	15	15	14	14	16	16	14	14	16	106*	5294*				
													<b>180</b>	<b>5400</b>					

Legende: S: Seminar; F: Fernstudienmaterial/-hefte  
\* Variiert je nach Wahlmodul.

## Alle Studiengänge

Für alle Bachelor-Studiengänge wird der akademische Grad Bachelor of Arts (B.A.) verliehen. Die Abschlussbezeichnungen richten sich nach der inhaltlichen Ausgestaltung der Studiengänge und entsprechen den ländergemeinsamen Strukturvorgaben der KMK.

Die Bezeichnungen der Studiengänge geben nach Ansicht der Hochschule die jeweilige inhaltliche Ausgestaltung des Curriculums wider. Die Themenfelder vereinen unter einem Dach Teilbereiche zweier Disziplinen, wobei in allen Studiengängen ein großer Schwerpunkt auf den wirtschaftswissenschaftlichen Managementgrundlagen liegt und hierzu eindeutige, konkrete Bezüge zu den jeweiligen Fachrichtungen „Sales“, „Dienstleistung“ und „Digital Business“ hergestellt werden.

Zur Überprüfung der Erreichung der mit dem Studiengangsziel und den Qualifikations- und Lernzielen der Module verbundenen wissens- und kompetenzorientierten Bildungsziele finden bei der Euro-FH – auch im Hinblick auf die mit dem Studiengang verfolgte Berufsbefähigung – unterschiedliche Prüfungsformen Anwendung.

Schwierigkeitsgrad und Leistungsanforderung sowie Umfang und Form der Prüfungen basieren dabei auf den jeweiligen Inhalten der Module. Jedes Modul schließt i.d.R. mit einer das gesamte Modul umfassenden Prüfung ab.

Als Prüfungsformen kommen zur Anwendung

- Klausuren,
- Hausarbeiten,
- Projektarbeiten und die
- Bachelor-Thesis.

Das Modul „Einführung in das Studium und wissenschaftliches Arbeiten“ schließt als Propädeutikum mit einer Studienleistung ab, die ebenso wie die Klausur in dem Modul „Quantitative Methoden“ als mit Erfolg bestanden gewertet wird. Die Modulnote wird nicht zur Berechnung der Gesamtnote hinzugezogen.

## **Bewertung:**

Das Curriculum trägt den Zielen der Studiengänge angemessen Rechnung und gewährleistet die angestrebte Kompetenzentwicklung und Berufsbefähigung. Es umfasst die Vermittlung von Fachwissen und fachübergreifendem Wissen sowie von fachlichen, methodischen und generischen Kompetenzen.

Die Module sind inhaltlich ausgewogen und sinnvoll miteinander verknüpft. Die definierten Lernergebnisse entsprechen den Anforderungen des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse.

Die Abschluss- und die Studiengangsbezeichnung entsprechen der inhaltlichen Ausrichtung und den nationalen Vorgaben.

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

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

## 3.2 Strukturelle Umsetzung

Regelstudienzeit	48 Monate (TZ), 36 Monate (VZ)
Anzahl der zu erwerbenden CP	180
Studentische Arbeitszeit pro CP	30 h
Anzahl der Module der Studiengänge	24 Sales und Management 25 Dienstleistungsmanagement 25 Digital Business Management
Module mit einer Größe unter 5 CP inklusive Begründung	keine
Bearbeitungsdauer der Abschlussarbeit und deren Umfang in CP	4 Monate (TZ) 3 Monate (VZ)

Die EURO-FH besitzt eine zentrale Studien- und Prüfungsordnung, welche für alle Bachelor-Studiengänge gilt (Allgemeine Studien- und Prüfungsordnung für Bachelor-Studiengänge [ASPO]). Sie liegt in einer zuletzt aktualisierten Fassung vom 9. Juni 2017 vor. Darauf bauen die studiengangspezifischen Prüfungsordnungen der jeweiligen Studiengänge auf.

In der folgenden Übersicht werden die für die Akkreditierung relevanten Bestandteile der Prüfungsordnung aufgeführt:

	Wo geregelt in der Prüfungsordnung?
Anerkennung von an anderen Hochschulen erbrachten Leistungen	§ 22 Abs. 1 ASPO
Anrechnung von außerhochschulisch erbrachten Leistungen	§ 22 Abs. 2 ASPO
Nachteilsausgleich für Studierende mit Behinderung	§ 20 ASPO
Studentische Arbeitszeit pro CP	§ 2 Abs. 2 studiengangsspezifische SPO
Relative Notenvergabe oder Einstufungstabelle nach ECTS	§ 25 Abs. 2 ASPO
Vergabe eines Diploma Supplements	§ 25 Abs. 2 ASPO

Die Bachelor-Studiengänge sind als Fernstudium auf 48 bzw. 36 Monate incl. Thesis ausgelegt, d.h., in der Vollzeitvariante werden 60 ECTS-Punkte und in der Teilzeitvariante 45 ECTS-Punkte pro Jahr absolviert. Ein Wechsel zwischen beiden Programmen ist möglich. Der Studiengang ist so gestaltet, dass er Aufenthalte an anderen Hochschulen zulässt. Darüber hinaus sind kostenfreie Unterbrechungen im Studienverlauf möglich.

Die einheitliche Workload-Vorgabe von 30 Stunden pro ECTS-Punkte an der EURO-FH spiegelt sich in der kumulierten Workloadberechnung für das gesamte Studium mit 180 ECTS-Punkten und 5400 Stunden wider. Auch für die Praxisanteile bzw. Präsenzseminare werden ECTS-Punkte vergeben.

Alle drei Studiengänge und der jeweilige Studienverlauf werden in Form eines Studienführers beschrieben und über die Homepage der Euro-FH zugänglich gemacht. Darüber ebenfalls zugänglich sind das Anmeldeformular sowie die Studien- und Prüfungsordnungen, wobei die studiengangspezifischen Studien- und Prüfungsordnungen u.a. einen Modulplan inklusive Angabe der erforderlichen Studien- und Prüfungsleistungen enthalten.

Sämtliche Module sind in den Modulhandbüchern der jeweiligen Studiengänge beschrieben. Sie werden regelmäßig aktualisiert und umfassen Angaben zur Modulbezeichnung, zur Lehr- und Prüfungsform, zu den zu erreichenden ECTS-Punkten und der Gewichtung des Moduls

an der Endnote, zu den Lernzielen, zur Häufigkeit des Angebotes, zur Art der Prüfung sowie zu den Lehrinhalten.

Hinsichtlich der Studierbarkeit der Programme verweist die Hochschule auf die jeweilige Studienplangestaltung und eine nach ihrer Ansicht inhaltlich und aufwandsbezogen angemessene Zusammenstellung und Abstimmung von Studienmaterial auch im Hinblick auf die Lern- und Prüfungsformen. Die Studierenden werden ferner von Beginn ihres Studiums an durch die Abteilung Studien- und Prüfungsservice sowie die Seminarorganisation unterstützt. Allen Studierenden steht ein persönlicher Studienbetreuer als individueller Ansprechpartner für alle organisatorischen und verwaltungsbezogenen Fragestellungen sowie Fragestellungen zur Lernmotivation und -organisation zur Verfügung.

Die Prüfungsorganisation ist durch die Hochschule flexibel organisiert. So können Präsenzprüfungen monatlich an zehn verschiedenen Prüfungszentren in Deutschland und quartalsweise auch in Wien und Zürich geschrieben werden. Flankiert wird diese Flexibilität von der Möglichkeit individueller Abstimmungen zum Materialversand, so dass auch kurzfristig, in Kombination mit den monatlich angebotenen Prüfungsterminen, zeitliche Kapazitäten der Studierenden optimal genutzt werden können.

Darüber hinaus werden die Studienbriefe fernstudiendidaktisch, optisch ansprechend aufbereitet und mit integrierten Übungsaufgaben versehen. Sie werden immer zeitnah im Studienverlauf entwickelt und lassen sich mithilfe von Print-on-Demand schnell aktualisieren. Mögliche Änderungen fließen deshalb innerhalb kürzester Zeit in die zu versendenden Studienhefte ein.

Zum Beleg der Studierbarkeit der neu zu akkreditierenden Studiengänge verweist die Hochschule auf die Ergebnisse und Erfahrungen bisheriger Evaluationen, speziell zum Workload, die bei der Konzeption berücksichtigt wurden. Die Daten zum Workload des Studienganges „Sales und Management“ geben ein ausgewogenes Bild wieder. Nach der Prüfungsstatistik liegt die Durchschnittsnote über alle Module für das Jahr 2017 bei 2,4. Die Durchfallquote beläuft sich auf 10,1 Prozent.

Besonderen Bedürfnissen von Studierenden mit gesundheitlichen Beeinträchtigungen werden durch flexible Studienbedingungen, den nicht semestergebundenen Studienbetrieb sowie das laufende Prüfungsangebot im Hinblick auf die persönliche Studienorganisation Rechnung getragen. Auch die Form des Fernstudiums ermöglicht gerade Studierenden mit Mobilitätshemmnissen die Teilnahme an einem Studium von jedem selbst gewählten Standort aus. Die Lehrmaterialien werden nicht nur in Form ausgedruckter Studienhefte, sondern auch digital als PDF-Dateien zur Verfügung gestellt. Hinsichtlich der zu erbringenden Leistungsnachweise wird auf Antrag individuell die Möglichkeit alternativer Prüfungs- und Veranstaltungsformen geprüft. Beispielsweise kann der Prüfungsausschuss bei Vorliegen entsprechender Nachweise (ärztliche Atteste) eine Verlängerung der Bearbeitungszeit von Klausuren oder eine Splittung von Seminaren einräumen. Eine Härtefallregelung ist in der Studien- und Prüfungsordnung explizit enthalten. Alle Seminarräume der Euro-FH sowie die genutzten bzw. angemieteten Klausurräume sind barrierefrei konzipiert.

## Bewertung:

Die Struktur dient der Umsetzung des Curriculums und fördert den Kompetenzerwerb der Studierenden. Die Studiengänge sind modularisiert; dabei sind die Workload-Angaben klar und nachvollziehbar hergeleitet. Vorgesehene Praxisanteile werden so gestaltet, dass CP erworben werden können. Module umfassen in der Regel mindestens 5 CP. 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. Allerdings wird bei den Literaturangaben lediglich auf die Art und Form der zu nutzenden Literaturmöglichkeiten beispielhaft in einer Aufzählung verwiesen. Konkrete, namentliche Angaben fehlen. Diese

sind erst in den Studienbriefen enthalten. Die Gutachter empfehlen daher die Literaturangaben auch in die Modulbeschreibungen aufzunehmen, um die Hinweise ergänzender Studienunterlagen zu erhöhen.

Studiengang, Studienverlauf und Prüfungsanforderungen sind dokumentiert und veröffentlicht.

Es existieren rechtskräftige Prüfungsordnungen für alle Studiengänge, sie wurden einer Rechtsprüfung unterzogen.

Die Vorgaben für die Studiengänge sind in diesen Ordnungen 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 nach ECTS 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
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

Bei allen drei Studiengängen handelt es sich um klassische Fernstudiengänge. Dem Fernstudium an der Euro-FH liegt das Konzept des „angeleiteten Selbststudiums“ als Kombination verschiedener Lernformen, insbesondere von Fernlernmaterialien, netzgestützten, multimedialen didaktischen Elementen und Präsenzseminaren zu Grunde. In Kombination mit zielführender Aufgabenverteilung in Lehre, Forschung und Studium soll dieses Lernkonzept wesentlich zum Lernerfolg der Studierenden beitragen.

Das didaktische Konzept beruht auf der Anschlussfähigkeit an das vorangegangene Studium und die berufliche Erfahrung. Es setzt einerseits auf Selbstständigkeit und Eigenverantwortlichkeit der Studierenden, die ihr Studium nach ihren individuellen Bedürfnissen organisieren wollen. Zum anderen wird die Interaktion und fachliche Kommunikation der Studierenden untereinander sowie mit Tutoren, Dozenten und Betreuern als sehr wichtiges Element der didaktischen Konzeption gefördert. Die Umsetzung erfolgt mit speziell für ein Fernstudium entwickelten Instrumenten.

#### Schriftliches Studienmaterial

Die schriftlichen Studienmaterialien sind, entsprechend den disziplinären Standards, fernstudiendidaktisch aufbereitet, um die Studierenden anzuregen, eine aktive Lese- und Lernhaltung einzunehmen. Jedes Kapitel schließt mit einer Zusammenfassung der vorherigen Inhalte und Aufgaben zur Selbstüberprüfung. Übungen auf Kapitelebene eröffnen die Möglichkeit, das Gelesene zu reflektieren und ggf. eigene Fragen zu entwickeln. Beide

Wiederholungs- und Übungsmöglichkeiten dienen der eigenen Lernerfolgskontrolle. Am Ende des Studienheftes sind entsprechende Antworten und Hinweise enthalten.

Die Studienmaterialien werden nach einem definierten Versandplan zugestellt. Das erste Studienpaket beinhaltet das Studienmaterial für die sechs bzw. acht Monate mit sämtlichen Lehr- und Begleitmaterialien. Danach erfolgt der Versand je nach gewählter Studiendauer in Tertialen oder Quartalen. In allen Modulen wird ein Einführungsheft eingesetzt, welches neben den definierten Lernzielen auch einen Überblick über Inhalte, Ablauf, Umfang, Prüfungsform und -organisation und Hinweise auf die Lehrmaterialien enthält.

#### Einsende- und Prüfungsaufgaben

Am Ende des Studienheftes finden die Studierenden in der Regel eine optionale Einsendeaufgabe, die sich auf die Inhalte des gesamten Studienheftes bezieht und deren Bearbeitung empfohlen wird. Nach eingereicherter Einsendeaufgabe erhalten sie vom betreffenden Lehrbeauftragten (Tutor) eine Expertise mit Korrekturhinweisen sowie eine nicht prüfungsrelevante Benotung zur persönlichen Einschätzung. Modulspezifisch werden zur Vorbereitung auf die Modulabschlussprüfung und zur weiterführenden Lernerfolgskontrolle verpflichtende Prüfungsaufgaben eingesetzt (vgl. Kap. 3.1). Auch hier erfolgt eine direkte Rückmeldung zur erbrachten Leistung mit Benotung. Durch die Selbstüberprüfung können die Studierenden ihren Lernfortschritt stets überprüfen. Dadurch sieht sich die Hochschule in der Lage, Bedarfsfälle zu erkennen und den Betroffenen individuell angepasste Interventionen durch tutorielles Feedback anzubieten.

#### Online-Campus / e-Learning

Zentrales Element bildet dabei der Online-Campus der Euro-FH, der eine wichtige Stütze des angeleiteten Selbststudiums ist und den Studierenden als Hilfestellung beim täglichen Studieren und zur Administration des Studiums, zur Information und zum Netzwerken, Kommunizieren und Kooperieren sowie zur Evaluation dient. Dort finden sich zu jedem Modul die Studienmaterialien sowie gegebenenfalls weitere Informationen zu Themen wie z.B. Wissenschaftlichem Arbeiten. Das Informationsangebot soll sukzessive ausgebaut werden. Die Berücksichtigung von FAQ's und der Lernplattform Moodle ist für die Zukunft geplant. Neben Online-Tutorien ist auch der Aufbau weiterer E-Learning Angebote vorgesehen.

#### Präsenzveranstaltungen

In der Gestaltung der Studiengänge sind Präsenzveranstaltungen integriert, die sich auf Module beziehen, deren Qualifikationsziele nicht allein durch das Studium der Studienhefte erreicht werden können. Zudem wird mittels der Verteilung der Präsenzseminare im Studienverlauf sichergestellt, dass die Studierenden regelmäßig gemeinsam lernen und sich persönlich mit Dozenten und untereinander austauschen können. Dabei ist gewährleistet, dass der Umfang der Präsenztage für ein Fernstudium vertretbar ist.

Durch die didaktische und methodische Gestaltung der Präsenzen und Online-Seminare, können die Studierenden ihre theoretischen Kenntnisse sukzessive vertiefen, unterschiedliche praktische Herangehensweisen an betriebswirtschaftliche und studiengangsspezifische Fragestellungen vergleichen, diskutieren und auswerten sowie ihre Lernergebnisse häufig direkt in den beruflichen Alltag transferieren. Mit diesem didaktischen Konzept wird die wissenschaftliche Ausbildung sichergestellt und zugleich den differenzierten Studien- und Professionalisierungsinteressen Rechnung getragen.

Zusätzlich soll das Internationale Seminar der Studiengang „Sales und Management (B.A.)“ und „Dienstleistungsmanagement (B.A.)“ den Studierenden Orientierungswissen, auch mit Blick auf andere Kulturkreise, vermitteln. Im Studiengang „Sales und Management (B.A.)“ können die Studierenden darüber hinaus in 6 Vertriebsstrainings mit maximal 8 Teilnehmern ihre persönlichen Kompetenzen anhand von Praxissimulationen, Rollenspielen, Gruppenarbeiten, Videoaufzeichnungen und individuellen Trainerfeedbacks entwickeln. Hierbei handelt es sich um eine begleitende ausgelagerte professionelle Vertriebsausbildung

in jeweils zweitägigen Praxistrainings, die wiederum Teil der vertriebsorientierten Modulseminare sind.

## Bewertung:

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

		Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
3.3	Didaktisches Konzept		x	

## 4 Wissenschaftliches Umfeld und Rahmenbedingungen

### 4.1 Personal

Das Lehrpersonal für die Studiengänge der Euro-FH setzt sich aus Professoren und wissenschaftlichen Mitarbeitern der Euro-FH, anderer Hochschulen sowie erfahrenen Praktikern mit einschlägigem Hochschulabschluss zusammen. Die Professoren sind, sofern sie Studiengangsdekane sind, für die inhaltliche und konzeptionelle Entwicklung, Weiterentwicklung und Steuerung der Studiengänge sowie als modulverantwortliche Professoren für die inhaltliche Gestaltung der durch sie verantworteten Module zuständig.

An der Euro-FH sind zurzeit 18 hauptberufliche Professoren bei 15,1 Vollzeitäquivalenten tätig. Zusätzlich sind 5 wissenschaftliche Mitarbeiter mit insgesamt 4,5 Vollzeitäquivalenten angestellt. Aufgrund des fortlaufenden Studienbetriebes wird das Lehrdeputat nicht in Semesterwochenstunden, sondern in Vollzeitäquivalenten bemessen. Daneben verfügt die Hochschule über einen großen Pool qualifizierter Tutoren, Dozenten und Autoren, die nebenberuflich unterstützend in der Lehre tätig sind. Diese Kombination aus haupt- und nebenberuflich Lehrenden erfolgt nachfrageorientiert auf Basis der Fernstudienenerfahrung der EURO-FH unter Berücksichtigung der quantitativen und qualitativen Anforderungen.

Zur Sicherung eines kontinuierlichen Studienbetriebs verweist die Hochschule auf ihre Praxis der vertraglichen Bindung des Personals. Hinsichtlich der individuell erstellten Lehrmaterialien lässt sich die Hochschule von den Autoren das Nutzungsrecht übertragen, um Kontinuität zu gewährleisten. Weitere Leistungen wie Tutorentätigkeiten werden über individuelle Verträge eingebunden. Hierbei sind nach Auskunft der Hochschule die Dozenten- und Tutorenstellen zumeist jeweils mehrfach besetzt, so dass sowohl Forschungsfreiräume wie auch Urlaub und Krankheit keine Brüche im Studienbetrieb hervorrufen.

Die Leitungen der Studiengänge durch Studiengangsdekane sowie die gesamte Ablauforganisation ist standardisiert und in einer Matrixstruktur organisiert, die das gesamte Team der Euro-FH unmittelbar einbezieht. Die Studiengangsleitung umfasst sämtliche fachlichen Inhalte und strategischen Aspekte. Die organisatorische Leitung erfolgt studiengangs- und fachbereichsübergreifend durch die Leitung des Studienbetriebs. Studiengangsdekan und Leitung des Studienbetriebs arbeiten eng zusammen und stimmen sich in allen relevanten Fragestellungen ab, wodurch ein sicherer und stabiler Studienbetrieb sowohl in strategischer als auch in operativer Hinsicht gewährleistet ist.

Für fachliche Fragen sind die jeweiligen Tutoren Ansprechpartner, die innerhalb von spätestens 48 Stunden eine Rückmeldung geben, so dass ein hohes Maß an Betreuungs- und Unterstützungsleistung gegeben ist.

Bei organisatorischen Fragen können sich die Studierenden direkt an ihren persönlichen Studienbetreuer aus dem Euro-FH-Team wenden. Im Übrigen können sie große Teile ihrer administrativen Tätigkeiten direkt über den Online-Campus vornehmen oder Verwaltungsunterstützung durch die Abteilungen Interessentenberatung, Studien- und Prüfungsservice sowie der Seminarorganisation erhalten.

Das Studiengangsmanagement inklusive der Ablauforganisation und aller mit der unmittelbaren und mittelbaren Studierendenbetreuung betrauten Abteilung basiert auf detaillierten Prozessbeschreibungen, die laufend erweitert und aktualisiert.

Dem Lehrpersonal stehen zentrale Ansprechpartner zur Verfügung, die sie in Abstimmung mit den Studiengangsdekanen und modulverantwortlichen Professoren in allen relevanten Fragestellungen betreuen.

Für die Autoren sind die Mitarbeiter im Lektorat die zentralen Ansprechpartnerinnen. Hier wird das Studienmaterial zeitnah angepasst und aktualisiert, so dass Änderungen innerhalb kürzester Zeit in die zu versendenden Studienhefte einfließen.

Die Tutorenbetreuung obliegt der Abteilung „Koordination Lehrbeauftragte“ und für die Dozenten ist die Abteilung „International Office und Seminarorganisation“ verantwortlich. Die Studiengangsdekane sind in allen grundlegenden Fragen in die Entscheidungen der Fachabteilungen eingebunden und stehen in engem Kontakt mit der Studienbetriebsleitung.

Weitere Unterstützungsleistungen resultieren aus den turnusgemäß stattfindenden Fachkonferenzen, Senatssitzungen und den Tutoren- und Dozententreffen. Die Weiterqualifizierung des wissenschaftlichen und administrativen Personals erfolgt in Verbindung mit dem Einsatz von Zielvereinbarungen über Maßnahmen wie Learning on the job, Beteiligung an Workshops und Sitzungen zur Weiterentwicklung der Hochschule, Schulungen, Fernlernkurse oder Teilnahme an Tagungen und Kongressen.

## Bewertung:

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

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

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

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

## 4.2 Kooperationen und Partnerschaften (falls relevant)

Im Bereich der internationalen Seminare kooperiert die Euro-FH mit mehreren ausländischen Hochschulen, um den Studierenden ein fachlich und interkulturell interessantes Angebot an Auslandsseminaren zu bieten. Kooperationen bestehen zu folgenden Partnerhochschulen:

- Dänemark: International Business Academy (IBA), Kolding
- Polen: Tischner European University, Krakau

- USA: Suffolk University, Boston
- China: State Grid Corporation China, Peking (eigenes Studienzentrum/Kooperation mit Professoren verschiedener Pekinger Universitäten)
- Spanien: University of Las Palmas de Gran Canaria (ULPCG)
- Spanien: Suffolk University Madrid Campus
- Großbritannien: London South Bank University, London
- China: East China University of Science and Technology, Shanghai

Zukünftig soll die Zahl der internationalen Partnerhochschulen weiter ausgebaut werden.

Die 1+ Deutsche Vertriebsakademie mit Sitz in Hamburg ist im Studiengang „Sales und Management“ ein institutioneller Partner für die Durchführung der sechs spezifischen Präsenz-Praxisseminare zum Vertriebsprozess. Sie stellt eigene Dozenten und unterrichtet im Umfang von 2 ECTS-Punkten als Teil eines Moduls mit insgesamt 6 ECTS-Punkten. Die Akademie ist ein Berater für den Vertriebsprozess und führt Trainings für weltweit tätige Konzerne durch. Die Seminarinhalte wurden gemeinsam mit Blick auf die theoretische Grundlegung in den Modulen erarbeitet und an den Bedürfnissen der Studierenden im laufenden Betrieb kontinuierlich ausgerichtet.

## Bewertung:

### **Studiengänge Sales und Management (B.A.) und Dienstleistungsmanagement (B.A.)**

Die Gutachter sind der Ansicht, dass die, besonders für ein Fernstudium positiv zu vermerkende Verpflichtung der Studierenden zu einem mehrwöchigen Auslandsseminar, in geeigneten Hochschulpartnerschaften und der curricularen Einbindung des Auslandsseminars mittels Learning Agreements einen zuverlässigen organisatorischen Rahmen findet.

### **Studiengang Sales und Management (B.A.)**

Der Kooperationen mit dem „Institut für Lernsysteme“ (ILS) und der „1+Deutsche Vertriebsakademie“ kommt maßgebliche Bedeutung zu, da das ILS zentrale Aufgaben im organisatorischen und infrastrukturellen Bereich wahrnimmt und die Deutsche Vertriebsakademie mit der Durchführung der Präsenzseminare im Bereich „Sales“ im Rahmen der Studienbriefe auch inhaltliche Verantwortung trägt. Diese Konstruktion wurde vor Ort von den Gutachtern kritisch und teilweise kontrovers diskutiert. In dem vorgelegten Kooperationsvertrag zwischen der 1+Deutsche Vertriebsakademie und der Euro-FH ist formuliert, dass die Vertriebsakademie für die inhaltliche Erstellung und Konzeption der Seminarunterlagen eine Vergütung enthält, allerdings erst nach Vorlage der Seminarunterlagen. Aus dieser Vorlage, die einer inhaltlichen Kontrolle entsprechen soll und der gelebten Praxis, konnten die Beteiligten vor Ort zwar glaubhaft versichern, dass die Hochschule die Letztverantwortung für die Inhalte und die Durchführung der Präsenzseminare trägt. Allerdings muss dies auch vertraglich geregelt sein. Der vorgelegte Kooperationsvertrag genügt, nach Ansicht der Gutachter, diesen Anforderungen nicht, weshalb sie folgende **Auflage** empfehlen:

Die Hochschule weist in Bezug auf die Kooperation mit der Eins Plus Deutsche Vertriebsakademie nach, dass sie über die akademische Letztverantwortung verfügt. Dies bezieht sich insbesondere auf die Inhalte des Moduls (die Hochschule muss den Kooperationspartner auf die Modulbeschreibungen verpflichten) und Kriterien und Verfahren über die Auswahl der Dozenten  
(*Rechtsquelle: Ziff. 2.6 der Regeln des Akkreditierungsrates*).

### **Digital Business Management**

Innerhalb dieses Studienprogrammes werden keine anderen Organisationen mit der Durchführung von Teilen der Studiengänge beauftragt.

			Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
4.2	Kooperationen und Partnerschaften (falls relevant)		X DM	Auflage SM	x/DBM

### 4.3 Sachausstattung

Die Euro-FH nutzt in Hamburg einen Gebäudekomplex gemeinsam mit der ILS Institut für Lernsysteme GmbH, der Fernakademie für Erwachsenenbildung GmbH sowie der Hamburger Akademie für Fernstudien GmbH. Neben den Büros für Beschäftigte der Euro-FH stehen 20 Seminar- und Gruppenarbeitsräume von bis zu 90 Quadratmetern mit variablen Raumkonzepten mit einer Gesamtfläche von ca. 1.200 qm zur Verfügung. Seminarräume mit bis zu 210 Quadratmetern und einer Kapazität bis zu 210 Personen sind bei Bedarf verfügbar. Diese Raumkapazitäten werden insbesondere für die Durchführung der vorgesehenen Präsenzveranstaltungen der Studiengänge der Euro-FH in Hamburg genutzt.

Über die Internetzugänge in den Seminar- und Unterrichtsräumen hinaus gibt es im Seminarbereich und den dazugehörigen Pausenvorräumen W-LAN-Internetzugänge für Studierende.

Alle Räume und Zugänge sind behindertengerecht ausgestattet und barrierefrei erreichbar.

Die Hochschule bietet über den Online-Campus einen direkten Zugang zu Recherchemöglichkeiten und Literatur an. Allen Studierenden, Lehrenden und Beschäftigten der Euro-FH steht ein kostenfreier Zugang zu den diversen abonnierten Datenbanken zur Verfügung. Hier besteht Zugriff auf rund 2.300 elektronische Zeitschriften. Die für die Studierenden online verfügbaren Datenbanken sind Ebsco Literatursuche, Springer Link und Statista.

Für die in Lehre und Forschung vor Ort in Hamburg Tätigen steht zudem eine Freihand-Bibliothek mit Präsenzbestand zur Verfügung. Der Bibliotheksbestand umfasst gegenwärtig rund 1.700 Bücher und diverse Zeitschriften und wird nach Auskunft der Hochschule nach dem jeweiligen Bedarf der Lehre und Forschung kontinuierlich ausgebaut.

#### 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 Literatursausstattung und dem Zugang zu digitalen Medien und relevanten Datenbanken sowie der Öffnungszeiten und Betreuungsangebote der Bibliothek gesichert.

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

## 4.4 Finanzausstattung (relevant für nichtstaatliche Hochschulen)

Die Euro-FH arbeitet privatwirtschaftlich und generiert ihre Erlöse ausschließlich aus den Studiengebühren der Studierenden. Die Euro-FH arbeitet seit Abschluss einer planmäßigen Investitionsphase profitabel. 2016 hat sie ein Ergebnis vor Steuern in nennenswerter Höhe erzielt. In diesem Ergebnis sind die Kosten des laufenden Studienbetriebs sowie Investitionen in neue Angebote, Personal, Technik und die notwendige Infrastruktur bereits enthalten.

Mit der Muttergesellschaft der Euro-FH, der Deutschen Weiterbildungsgesellschaft (DWG), besteht ein Verlustübernahmevertrag, der im Falle einer Fehlplanung mit entsprechenden Liquiditätspässen bei der Euro-FH die Fortführung des Studienbetriebs sicherstellt. Dieser Vertrag ist zeitlich und in seiner Höhe unbefristet. Die von der Hamburger Wissenschaftsbehörde zur Auflage gemachte Sicherstellung, dass jeder aufgenommene Studierende sein Studium an der Euro-FH ordnungsgemäß beenden kann, ist hierdurch gewährleistet.

### 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

Das Qualitätsmanagement der Euro-FH folgt dem Deming-Kreis, dem sog. PDCA-Zyklus und ist prozessorientiert ausgestaltet. Bezogen auf Lehre und Studium sieht das Qualitätsmanagement unter Einbeziehung der verschiedenen Interessengruppen folgende Verfahren vor:

### Externes Verfahren

Staatlicher Genehmigung (Behörde für Wissenschaft, Forschung und Gleichstellung), Institutionelle Akkreditierung (Wissenschaftsrat), (Re-)Akkreditierung (FIBAA) und Zulassung (Zentralstelle für Fernunterricht) von Studiengängen sowie für die wirksame Studiengangsentwicklung geeignete Verfahren der Erkenntnisgewinnung (z.B. Experteninterviews, Marktanalysen)

### Internes Verfahren

#### Vorschlags- und Beschwerdemanagement

Feedbackmöglichkeit für die Studierenden (per E-Mail über den Online-Campus allgemein und bezogen auf die Studienmaterialien)

#### Studentische Evaluationen

Verstetigte Studierendenbefragungen zu den einzelnen Modulen der Studiengänge (Modulevaluation)

Verstetigte Befragungen teilnehmender Studierender zu den Seminaren der Studiengänge (Seminarevaluation)

Zusätzlich gezielte Befragungen der Studierenden (beispielsweise zum Online-Campus, zum Mentorenprogramm)

#### Absolventenbefragungen

Absolventenbefragungen getrennt nach Studiengängen bei Studienabschluss,  
Absolventenbefragung zur beruflichen und persönlichen Entwicklung in Folge  
des Studiums an der Euro-FH

Lehrendenbefragungen

Gezielte Befragungen der Lehrenden der Euro-FH, insbesondere zur Lehrzu-  
friedenheit, zum Lehrkonzept und Bewertung des Lehrangebots

Interne Auswertungen

Reporting zur Bereitstellung quantitativer Informationen (beispielsweise Durch-  
schnittsnoten und Durchfallquoten)

Qualitätsberichte für Studiengänge (jährlich)

Fachkonferenzen und Tutoren-/Dozententreffen zur Weiterentwicklung von  
Studiengängen, Modulen und Studienbetrieb

Qualitätsbericht des Präsidiums

Alle Studiengänge an der Euro-FH sind einheitlich und auf Basis der Ordnung zur  
Qualitätssicherung wirksam in das Qualitätsmanagement der Hochschule integriert. Die  
Ergebnisse der verschiedenen Verfahren werden bei der Weiterentwicklung der  
Studiengänge berücksichtigt.

Die studentische Arbeitsbelastung wird im Rahmen der Modulevaluationen durch die  
Studierenden bewertet und findet Eingang in die Qualitätsberichte für die Studiengänge. Auf  
dieser Basis verfolgt die Hochschule für einzelne Module wie für den Studiengang  
insgesamt, inwieweit sich die erfahrungsbasierten Orientierungswerte für die Erstellung der  
Studienhefte, bezogen auf das jeweilige Fach, bewährt haben.

Der Studienerfolg findet sich auf der Ebene von Modulen im Rahmen des Reporting in Form  
von Durchschnittsnoten und Durchfallquoten wieder und wird gleichfalls in den  
Qualitätsberichten der Studiengänge abgebildet. Absolventenbefragungen geben  
Informationen zu Gründen für mögliche Überschreitungen der Regelstudienzeiten und der  
Analyse von Ab- bruchgründen.

Schließlich bildet die Evaluation des Absolventenverbleibs der überwiegend berufsbegleitend  
Studierenden im Rahmen der Absolventenbefragungen direkt nach Abschluss des Studiums  
hinsichtlich der beruflichen und finanziellen Weiterentwicklung eine weitere  
Informationsquelle. Zudem wird regelmäßig eine Studie zur beruflichen und persönlichen  
Entwicklung in Folge des Studiums an der Euro-FH durchgeführt. Hierbei werden  
grundsätzlich Absolventen drei bis fünf Jahre nach Studienabschluss befragt. Inhalt sind die  
beruflichen wie auch persönlichen durch das Studium bedingten Entwicklungen. Dies soll ein  
umfassenderes Bild der Bedeutung des Studiums für die Entwicklung der Absolventen und  
somit noch zusätzliche Hinweise für die Weiterentwicklung der Studienprogramme liefern.

Die aggregierten Informationen aus der Modul- und Seminarevaluation, den  
Absolventenbefragungen sowie weitere quantitative Messgrößen (Durchschnittsnoten,  
Durchfallquoten und Studierenden-/ Absolventenzahlen) finden jährlich Eingang in die  
Qualitätsberichte der Studiengangsdekane und die Qualitätszirkel für Module.

Die in der Qualitätsordnung verankerten Verfahren liefern die Grundlage für die stetige  
Weiterentwicklung der Studiengänge. Für darüberhinausgehende, grundlegendere  
Überarbeitungen der Curricula insgesamt, die typischerweise mit der Re-Akkreditierung von  
Studiengängen einhergehen, ist der gesonderte Prozess der Revision von Studiengängen  
vorgesehen.

## 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 Weiterentwicklung	und	x	

# Qualitätsprofil

**Hochschule:** Euro-FH Europäische Fernhochschule Hamburg

**Bachelor-Fernstudiengänge:** Sales und Management (B.A.)  
 Dienstleistungsmanagement (B.A.)  
 Digital Business Management (B.A.)

Beurteilungskriterien

Bewertungsstufen

	Bewertungsstufen		
	Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
<b>1. Zielsetzung</b>			
<b>2. Zulassung</b>	x		
2.1 Zulassungsbedingungen	x		
2.2 Auswahl- und Zulassungsverfahren	x		
<b>3. Inhalte, Struktur und Didaktik</b>			
3.1 Inhaltliche Umsetzung			
3.1.1 Logik und konzeptionelle Geschlossenheit des Curriculums	x		
3.1.2 Begründung der Abschluss- und Studiengangsbezeichnung	x		
3.1.3 Prüfungsleistungen und Abschlussarbeit	x		
3.2 Strukturelle Umsetzung			
3.2.1 Struktureller Aufbau und Modularisierung	x		
3.2.2 Studien- und Prüfungsordnung	x		
3.2.3 Studierbarkeit	x		
3.3 Didaktisches Konzept	x		
<b>4. Wissenschaftliches Umfeld und Rahmenbedingungen</b>			
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)	xDM	Auflage SM	xDBM
4.3 Sachausstattung			
4.3.1 Unterrichtsräume	x		
4.3.2 Zugangsmöglichkeiten zur erforderlichen Literatur	x		
4.4 Finanzausstattung (relevant für nichtstaatliche Hochschulen)	x		
<b>5. Qualitätssicherung und Weiterentwicklung</b>	x		