

Gutachterbericht

Hochschule/Berufsakademie:

Fachhochschule des Mittelstands (FHM),
Standorte Bielefeld, Hannover und Köln

Bachelor-Studiengang:

Marketingmanagement (B.A.)

Abschlussgrad:

Bachelor of Arts (B.A.)

Kurzbeschreibung des Studienganges:

Der Bachelor-Studiengang "Marketingmanagement" richtet sich an Studierende, die als Fach- und Nachwuchsführungskräfte und Selbständige die Vermarktung und den Vertrieb von Produkten und Dienstleistungen in der mittelständischen Wirtschaft professionell gestalten wollen. Er vermittelt grundlegende Wirtschaftskompetenz, überfachliche Kompetenzen und spezielle Fähigkeiten im Bereich Marketingmanagement mit Schwerpunkt auf quantitative und qualitative Marketingforschung.

Datum des Vertragsschlusses:

28. Februar 2012

Datum der Einreichung der Unterlagen:

2. März 2012

Datum der Begutachtung vor Ort (Begutachtung vor Ort):

18./19. April 2012

Akkreditierungsart:

Re-Akkreditierung

Akkreditiert im Cluster 1 mit:

Cluster 1: Mittelstandsmanagement (M.A.), Fernstudiengang Leasing & Finance (B.A.), Entrepreneurship & Management (MBA)

Cluster 2: Creative Communication & Social Media (M.A.), Kommunikationsdesign & Werbung (B.A.)

Zuordnung des Studienganges:

grundständig

Studiendauer (Vollzeitäquivalent):

Vollzeit: 9 Trimester (3 Jahre), Teilzeit: 12 Trimester (4 Jahre)

Studienform:

Vollzeit und Teilzeit

Erstmaliger Start des Studienganges:

Oktober 2007

Aufnahmekapazität:

40 pro Gruppe

Start zum:

zu Beginn jedes Trimesters

Zügigkeit (geplante Anzahl der parallel laufenden Jahrgänge):

nach Bedarf

Studienanfängerzahl:

2007 - 2011: je 11 - 26 pro Kohorte

Umfang der ECTS-Punkte des Studienganges:

180

Stunden (Workload) pro ECTS-Punkt:

Bei Re-Akkreditierung:

Bewerberquote
Abbrecherquote
Auslastungsgrad
Erfolgsquote
durchschnittliche Studiendauer
durchschnittliche Abschlussnote
Studienanfängerzahlen
Prozentsatz ausländischer Studierender
s. Kapitel "Weiterentwicklung des Studienganges".

Datum der Sitzung der FIBAA-Akkreditierungskommission:

30. August 2012

Ergänzungsakkreditierung des Standortes Köln:

26./27. September 2013

(s. Gutachten ab Seite 40)

Beschluss:

Der Studiengang wird mit zwei Auflagen für sieben Jahre re-akkreditiert.

Akkreditierungszeitraum:

30. August 2012 bis Ende Sommertrimester 2019

Auflagen:

1. Die Hochschule hat die Kriterien, nach denen die Auswahl von Studienbewerbern durchgeführt wird, nachvollziehbar zu machen und diese öffentlich zu dokumentieren (s. Kapitel 2).

**Die Auflage ist erfüllt.
Die FIBAA-Akkreditierungskommission am 11./12. Juli 2013.**

2. Die Prüfungsordnung ist wie folgt zu ändern: die wechselseitige Anerkennung von Modulen bei Hochschul- und Studiengangswechsel beruht auf der Qualität akkreditierter Studiengänge und der Leistungsfähigkeit staatlicher oder akkreditierter nicht staatlicher Hochschulen im Hinblick auf die erworbenen Kompetenzen der Studierenden (Lernergebnisse) entsprechend den Regelungen der Lissabon-Konvention (Art. III). Demzufolge ist die Anerkennung zu erteilen, sofern keine wesentlichen Unterschiede hinsichtlich der erworbenen Kompetenzen bestehen, und die Ablehnung zu begründen (Art. V Lissabon-Konvention). Die Anrechnung von außerhochschulisch erworbenen Kompetenzen kann höchstens 50 % des Studiums ersetzen (s. Kapitel 3.1. Rechtsquelle: „Gesetz zu dem Übereinkommen vom 11. April 1997 über die Anerkennung von Qualifikationen im Hochschulbereich in der europäischen Region“ (Lissabonkonvention) i.d.F. vom 16. Mai 2007).

**Die Auflage ist erfüllt.
Die FIBAA-Akkreditierungskommission am 11./12. Juli 2013.**

3. Die Hochschule muss anhand einer Lehrverflechtungsmatrix für den vorliegenden Studiengang nachweisen, dass Struktur und Anzahl des Lehrpersonals, auch unter Berücksichtigung der Mitwirkung in anderen Studiengängen, mit den Anforderungen des Studienganges korrespondieren und die landesrechtliche Vorgabe einer überwiegenden Lehr-

abdeckung durch hauptamtliches Lehrpersonal für den Studiengang umgesetzt ist (siehe Kap. 4, Rechtsquelle: Kriterium 2.6 „Ausstattung“ der Regeln des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung i.d.F. vom 23. Februar 2012 i.V.m. § 72 Abs. 1 Nr. 6 des Gesetzes über die Hochschulen des Landes Nordrhein-Westfalen i.d.F. vom 31. Oktober 2006).

Die Erfüllung der Auflage ist bis zum 27. Juni 2014 nachzuweisen.

Betreuer:
Dr. Alexander Merck

Gutachter:

Prof. Dr. Reinhard Hünenberg

Universität Kassel
Fachbereich Wirtschaftswissenschaften
(Finanzierung, Internationales Marketing, Personalmarketing/-management)

Prof. Dr. Georg Hauer

Hochschule für Technik Stuttgart
Studiengangleiter Betriebswirtschaft
(Controlling, Rechnungswesen, Finanzierung)

Prof. Dr. Ronald Deckert

Europäische Fernhochschule Hamburg
Leitung des Studienganges Europäische
Betriebswirtschaftslehre (B.A.)
(Unternehmensführung und Organisation)

Dr. Heike Caspari

Sana Kliniken Kompetenzcenter, München
(Human Resources Management, Marketing)

Stefan Puderbach

Technische Universität Kaiserslautern
Student Wirtschaftswissenschaften

Gutachter:

Beschlussempfehlung der FIBAA-Akkreditierungskommission für Programme
88. Sitzung am 26./27. September 2013

Prof. Dr. Hans Peter Liebmann

Universität Graz
Strategisches Management, Internationales Marketing Management

Prof. Dr. Gerhard Raab

Fachhochschule Ludwigshafen
Bank- und Finanzwesen

Prof. Dr. –Ing. Alexander Büsgen

Hochschule Niederrhein
Fachbereich Textil- und Bekleidungstechnik

Prof. Dr. Uwe Koch

Fachhochschule Lübeck
Fachbereich Maschinenbau und Wirtschaftsingenieurwesen

Prof. Dr. Wannenwetsch

Duale Hochschule Baden Württemberg
Logistik, Supply Chain Management

Dr. Heike Caspari

Sana Kliniken Kompetenzcenter, München
Human Resources Management, Marketing

Stefan Puderbach

Technische Universität Kaiserslautern
Studierender der Wirtschaftswissenschaften

Zusammenfassung¹

Bei der Bewertung wurden die Selbstdokumentation, die Ergebnisse der Begutachtung vor Ort und die Stellungnahme der Hochschule vom 23. August 2012 berücksichtigt.

Der Bachelor-Studiengang Marketingmanagement (B.A.) der Fachhochschule des Mittelstands (FHM), Standorte Bielefeld und Hannover, erfüllt mit fünf Ausnahmen die Qualitätsanforderungen der FIBAA für Bachelor-Studiengänge und kann von der Foundation for International Business Administration Accreditation (FIBAA) unter zwei Auflagen re-akkreditiert werden. Er entspricht den European Standards and Guidelines, dem Europäischen Qualifikationsrahmen und ist Bologna-konform.

Handlungsbedarf sehen die Gutachter beim Auswahlverfahren und bei der Prüfungsordnung. Daher empfehlen sie, die Re-Akkreditierung mit folgenden Auflagen zu verbinden:

1. Die Hochschule hat die Kriterien, nach denen die Auswahl von Studienbewerbern durchgeführt wird, nachvollziehbar zu machen und diese öffentlich zu dokumentieren (s. Kapitel 2).
2. Die Prüfungsordnung ist wie folgt zu ändern: die wechselseitige Anerkennung von Modulen bei Hochschul- und Studiengangswechsel beruht auf der Qualität akkreditierter Studiengänge und der Leistungsfähigkeit staatlicher oder akkreditierter nicht staatlicher Hochschulen im Hinblick auf die erworbenen Kompetenzen der Studierenden (Lernergebnisse) entsprechend den Regelungen der Lissabon-Konvention (Art. III). Demzufolge ist die Anerkennung zu erteilen, sofern keine wesentlichen Unterschiede hinsichtlich der erworbenen Kompetenzen bestehen, und die Ablehnung zu begründen (Art. V Lissabon-Konvention). Die Anrechnung von außerhochschulisch erworbenen Kompetenzen kann höchstens 50 % des Studiums ersetzen (s. Kapitel 3.1. Rechtsquelle: „Gesetz zu dem Übereinkommen vom 11. April 1997 über die Anerkennung von Qualifikationen im Hochschulbereich in der europäischen Region“ (Lissabonkonvention) i.d.F. vom 16. Mai 2007).

Die Erfüllung der Auflagen ist bis zum 30. Mai 2013 nachzuweisen.

Die weiteren nicht erfüllten Qualitätsanforderungen [die Internationalität der Studierenden (Kapitel 3.3), der Fremdsprachenanteil (Kapitel 3.3), das Beratungsgremium (Beirat) und dessen Struktur und Befugnisse (Kapitel 4.2)] sind keine Asterisk-Kriterien, sodass von weiteren Auflagen abzusehen ist und die ggf. getroffenen Maßnahmen zur Behebung dieser Mängel im Rahmen einer allfälligen Re-Akkreditierung zu betrachten sind.

Die Gutachter sehen darüber hinaus Weiterentwicklungspotenzial für den Studiengang zu folgenden Aspekten:

- Im Sinne der höheren Transparenz wird empfohlen, den Nachteilsausgleich für Studierende mit Behinderungen auch für das Auswahlverfahren (Einstufungsprüfung) deutlich zu formulieren (s. Kapitel 2.1).
- Die Gutachter empfehlen eine stärkere Unterstützung der Studierenden durch die FH beim Finden eines Platzes für das "Studium in der Praxis" an ausländischen Hochschulen (s. Kapitel 3.3).
- Die Gutachter empfehlen, die Lehrverflechtungsmatrix dadurch aussagekräftiger zu machen, dass in einer Matrix pro Dozent erkennbar wird, welche Lehrverpflichtungen dieser hat (s. Kapitel 4.1).

¹ Lediglich zur Vereinfachung der Lesbarkeit des Gutachterberichtes erfolgt im Folgenden keine geschlechtsneutrale Differenzierung, sondern wird ausschließlich die männliche Form verwendet. Selbstverständlich ist seine Ausrichtung in jedem Fall geschlechtsunabhängig.

- Die Gutachter wiederholen die Empfehlung aus früheren Begutachtungen existierender Studiengänge, einen Beirat einzurichten (s. Kapitel 4.2).
- Die Gutachter bemängeln die geringe Anzahl von Partnerschaften mit anderen Hochschulen, insbesondere außerhalb der Region und im Ausland, und empfehlen dringend, solche Kooperationen verstärkt aufzubauen (s. Kapitel 4.3).
- Die Gutachter empfehlen, die Studierenden im Rahmen der Evaluationen auch nach der ausreichenden sächlichen Ausstattung zu befragen (s. Kapitel 5.3).

Die ggf. getroffenen Maßnahmen der Hochschule zur Umsetzung der Empfehlungen sind im Rahmen einer allfälligen Re-Akkreditierung zu betrachten.

Darüber hinaus gibt es ein Kriterium, das die Qualitätsanforderungen übertrifft:

- die Betreuung der Studierenden durch das Lehrpersonal (s. Kapitel 4.1).

Zur Gesamtbewertung siehe das Qualitätsprofil im Anhang.

Informationen zur Institution

Die Fachhochschule des Mittelstandes (FHM) gGmbH wurde im Jahr 2000 auf der Grundlage des Hochschulgesetzes Nordrhein-Westfalen vom 1. April 2000 als Wirtschaftshochschule für den Mittelstand gegründet. Mit Bescheid des Landes Nordrhein-Westfalen vom 2. Mai 2000 wurde die Hochschule staatlich anerkannt und nahm im Oktober desselben Jahres ihren Studienbetrieb auf. Im Juli 2007 wurde die FHM für zehn Jahre vom Wissenschaftsrat institutionell akkreditiert. Vom größten und ältesten Standort in Bielefeld ausgehend entwickelte die FHM den Standort in Köln (FHM Köln). Daneben verfolgt die FHM Pulheim als weiterer Standort seit 2010 die Qualifizierung von künftigen Fach- und Führungskräften im MINT-Segment am Hochschulstandort Rhein-Erft. Hier sind die technologieorientierten Studiengänge vertreten. Im Oktober 2011 wurde am Standort FHM Hannover der Vorlesungsbetrieb mit grundständigen Studiengängen aufgenommen.

Die Fachhochschule des Mittelstandes (FHM) versteht sich als Fachhochschule vom Mittelstand für den Mittelstand. Ziel der Hochschule ist es, Studierende zu Fach- und Führungskräften, zu Managern und Unternehmern in den Bereichen Wirtschaft, Medien, Kommunikation, Personal, Gesundheit und Soziales auszubilden.

Im Rahmen ihrer Zielsetzung bereitet die FHM durch anwendungsbezogene Studiengänge auf berufliche und unternehmerische Tätigkeiten vor, die die Anwendung wissenschaftlicher Erkenntnisse und Methoden erfordern. Das Studienkonzept der FHM beinhaltet eine hohe Berufsorientierung, eine individuelle Betreuung und kleine Studiengruppen.

In enger Zusammenarbeit mit Unternehmen, Verbänden und öffentlichen Einrichtungen entwickelt und realisiert die Hochschule nach eigenen Angaben wissenschaftlich fundierte Studien- und Weiterbildungsangebote sowie Forschungs- und Entwicklungsprojekte. Die FHM verleiht staatlich und international anerkannte Hochschulabschlüsse. Sie ist nach eigenem Bekunden regional verankert und international ausgerichtet.

Aktuell bietet die FHM folgende Studiengänge an:

Fachbereich Wirtschaft

Titel	Abschluss	Typ
B.A.	Banking & Finance	grundständig
B.A.	Baubetriebsmanagement	grundständig
B.A.	Betriebswirtschaft	grundständig
B.A.	Betriebswirtschaft im Fernstudium	grundständig
B.A.	Energiemanagement	grundständig
B.A.	Handwerksmanagement	grundständig
B.A.	International Business Administration	grundständig
B.A.	Marketingmanagement	grundständig
B.A.	Veranstaltungstechnik & -management	grundständig
B.Eng.	Technologiemanagement	grundständig
M.A.	International Management	konsekutiv, stärker anwendungsorientiert
M.A.	Mittelstandsmanagement	konsekutiv, stärker anwendungsorientiert
MBA	Unternehmensführung in der mittelständischen Wirtschaft	weiterbildend, stärker anwendungsorientiert

Fachbereich Medien

Titel	Abschluss	Typ
B.A.	Eventmanagement & Entertainment	grundständig
B.A.	Kommunikationsdesign & Werbung	grundständig
B.A.	Medienkommunikation & Journalismus	grundständig
B.A.	Medienwirtschaft	grundständig
B.A.	Medienwirtschaft im Fernstudium	grundständig
M.A.	New Media Management	weiterbildend, stärker anwendungsorientiert
M.A.	Unternehmenskommunikation	weiterbildend, stärker anwendungsorientiert
M.A.	Crossmedia & Communication Management	konsekutiv, stärker anwendungsorientiert

Fachbereich Personal/Gesundheit/Soziales

Titel	Abschluss	Typ
B.A.	Altenpflege-Management	grundständig
B.A.	Gesundheitswirtschaft	grundständig
B.A.	Kindheitspädagogik	grundständig
B.A.	Personalmanagement	grundständig
B.A.	Sozialpädagogik & Management	grundständig
B.A.	Tourismusmanagement	grundständig

Weiterentwicklung des Studienganges, Umsetzung von Empfehlungen bei bereits erfolgter Akkreditierung, statistische Daten und Evaluationsergebnisse

Der Studiengang war im Jahre 2007 bis Ende des Sommersemesters 2012 ohne Auflagen von der FIBAA erstmalig akkreditiert worden. Folgende Empfehlungen waren ausgesprochen worden:

- Entwicklungspotenzial sahen die Gutachter vor allem bei der Ablauforganisation für das Studiengangsmanagement und der Formalisierung von Entscheidungsprozessen.
- Kapitel 1.1: Die Gutachter empfehlen eine studiengangsspezifische Überarbeitung der Studienordnung.
- Kapitel 1.2: Die Gutachter empfehlen das Überdenken der Formulierung: „empirisch/ methodische Lehre“ in den Qualifikations- und Kompetenzziele.

Die Empfehlungen wurden umgesetzt.

Wesentliche Änderungen des Studienganges

Das Curriculum, die Prüfungsordnung und die Struktur des Lehrpersonals wurden auf Basis der Evaluationsergebnisse angepasst. Leitfadengestützte Interviews wurden mit den wissenschaftlichen Studienleitern, hauptamtlichen Professoren und Mitarbeitern der Hochschulverwaltung geführt. In den Fachbereichen wurden die Struktur der Curricula und die Inhalte der Module mit hauptamtlichen Professoren, externen Lehrbeauftragten und Studierenden weiterentwickelt.

Folgende Maßnahmen wurden abgeleitet:

Verschiedene Module wurden erweitert, reduziert, aufgeteilt bzw. gestrichen, bzw. die Anzahl der zugeordneten CP wurde korrigiert.

In die Prüfungsordnung wurde der Nachteilsausgleich für Studierende mit Behinderung integriert. Modulprüfungen können in Zukunft als mündliche Prüfungen, Klausuren, praxisbezogene Projektarbeiten, Studienarbeiten, berufspraktische Übungen und Referate mit schriftlicher Ausarbeitung abgenommen werden. Pro Modul ist nur eine Prüfungsleistung zu absolvieren.

Zur Umsetzung der Empfehlungen aus der Erst-Akkreditierung 2007 wurden folgende Maßnahmen umgesetzt:

Entsprechend einer Gutachter-Empfehlung wurde der empirische und methodische Ansatz verschiedener Module wie „Kundenbeziehungsmanagement“, „Marketing und Vertrieb“ sowie „Marketingforschung“ und „Angewandte Marketingforschung“ gestärkt. Internationale und interkulturelle Inhalte wurden ausgebaut, siehe hierzu Kapitel 3.3. Zu Verbesserungsmaßnahmen bzgl. überfachliche Kompetenzen siehe Kapitel 3.5. Die internationalen Kooperationen mit anderen Hochschulen wurden über das International Office ausgebaut.

Aufgrund einer Gutachter-Anregung wurde die Gewichtung der Module für die Endnote angepasst: die nunmehr 26 Modulprüfungen werden mit 50%, die Bachelor-Prüfung mit 30%, die Praxisbezogene Projektarbeit mit 20% gewichtet.

Die Wissenschaftlichkeit der Projektarbeiten wurde gestärkt und die Qualität der Betreuung erhöht. Die hauptamtlichen Professoren betreuen die Studierenden bei den SiP-Phasen ("Studium in der Praxis") und sind bei der Umsetzung der Projektarbeit Ansprechpartner. Zur Feststellung der Note der Praxisorientierten Projektarbeit wird die Bewertung der schriftlichen Prüfungsarbeit zweifach, die Bewertung der mündlichen Prüfung einfach gewichtet.

Die Gutachter stellten 2007 des Weiteren fest: Die Festlegung der Ablauforganisation und Entscheidungsprozesse war geplant, lag jedoch noch nicht vor: siehe hierzu Kapitel 4.2 "Studiengangsmanagement".

Die Umsetzung eines Qualitätssicherungsverfahrens als auch die systematische Einbettung des Studienganges in das übergeordnete Gesamtqualitätssicherungskonzept der Hochschule war derzeit noch nicht beobachtbar; Evaluierungen durch das Lehrpersonal waren nicht vorhanden, und eine regelmäßige externe Evaluierung nach einem beschriebenen Verfahren war nicht beobachtbar; die Qualitätssicherungsanforderungen sollten erst nach dem Start des Studienganges etabliert werden: siehe hierzu Kapitel 5, in dem das inzwischen von der FHM etablierte umfassende Qualitätsmanagementsystem beschrieben ist.

Statistische Daten

Alle 36 Absolventen (davon 20 weiblich) haben die Vollzeit-Variante gewählt. Diese haben ihr Studium alle in der Regelstudienzeit abgeschlossen. Die Abschlussnote lag bei den Studenten bei 1,85, bei den Studentinnen bei 1,7. Die Studienanfängerzahlen lagen in den Jahren 2007 bis 2011 im Bereich 11 bis 26, die Abbrecherquote bei durchschnittlich 3%. Die Ausländerquote lag bis 2010 bei 0%, erstmalig gab es 2011 zwei ausländische Studierende.

Die Obergrenze der Teilnehmerzahl pro Studiengruppe ist auf 40 festgesetzt. Wird die Teilnehmerzahl überschritten, so werden weitere Studiengruppen eingerichtet.

Aus der vorgelegten Tabelle "Bewerbungsmanagement" kann abgelesen werden, dass es für den Zeitraum "Studienbeginn Oktober 2007" bis "Studienbeginn Oktober 2011" kumuliert

215 Bewerber gab, von denen 123 (=57%) das Studium aufnehmen konnten (bei Bewerberinnen lag die Quote bei 52%). Alle wählten die Vollzeit-Variante.

Ergebnisse aus Evaluationen und abgeleitete Maßnahmen

Die Hochschule legt die detaillierten Ergebnisse der Lehrevaluation vor. Auf einer Schulnotenskala von 1 bis 6 liegen die Ergebnisse (Stand: 18. Oktober 2011) im Bereich 2,03 bis 2,63, bei einer Teilnehmerquote von 34 % ergeben sich 5.634 Einzelnoten.

Details zum Absolventenverbleib sind im Kapitel 3.5 "Employability" dargelegt und zur Workload-Erhebung siehe Kapitel 3.1.4.

Die Studierbarkeit der Studiengänge kann anhand der geringen Abbrecherquoten und Quoten der Studierenden in Regelstudienzeit belegt werden. Zum einen ist dies dem hohem Betreuungsschlüssel zu verdanken. Zum anderen sind hier eine intensive Beratung im Vorfeld des Studiums und das FHM-Auswahlverfahren zu nennen. In den Modulhandbüchern werden seit 2010 nicht nur die Präsenzstunden und die Gesamtarbeitsbelastung, sondern auch die Selbststudienzeit ausgewiesen.

Bewertung

Den anlässlich der Erst-Akkreditierung im Jahre 2007 ausgesprochenen Empfehlungen (s.o.) ist die Hochschule nachgekommen.

Zusätzlich zur Prüfungsordnung und zur Studienordnung, die für alle Bachelor-Studiengänge gelten, wurde ein studiengangspezifischer Studien- und Prüfungsplan vorgelegt.

Zur Bewertung der Daten zur Bewerberquote, zur Erfolgs-/Abbrecherquote bzgl. Auswahlverfahren, Studierbarkeit siehe die entsprechenden Kapitel 2 und 3.1. Zur Bewertung der Ausländerquote siehe Kapitel 3.3.

Der Auslastungsgrad ist unkritisch, solange die Hochschule jeweils neue Studiengruppen einrichtet, sobald die Anzahl von 40 Studierenden pro Kohorte überschritten wird.

Die durchschnittliche Studiendauer entspricht bisher zu 100% der Regelstudienzeit. Die durchschnittliche Abschlussnote (s.o.) ist sehr gut.

Die Gutachter begrüßen insbesondere die sehr gute Qualität der Absolventenverbleibsstudie (Ergebnisse siehe Kapitel 3.5). Das Qualitätsmanagementsystem ist im Kapitel 5 beschrieben. Ergebnisse aus Workload-Beurteilungen sind aufgrund mangelnder Daten bisher noch nicht verwertbar, siehe hierzu Kapitel 3.1, in dem auch die Studierbarkeit bewertet wird.

Darstellung und Bewertung im Einzelnen

1. Strategie und Ziele

1.1 Logik und Nachvollziehbarkeit der Zielsetzung des Studienganges (Asterisk-Kriterium)

Ziel des Bachelor-Studienganges Marketingmanagement ist es, den Studierenden sowohl wissenschaftlich fundierte Kompetenzen als auch anwendungsorientierte Qualifikationen zu vermitteln, damit sie Fach- und Nachwuchsführungsfunktionen in Marketing und Vertrieb professionell wahrnehmen können. Das Bachelor-Studium vermittelt eine fachliche und methodische Kompetenz und befähigt die Absolventen zur verantwortlichen Übernahme von Fach- und Nachwuchsführungsfunktionen.

Von der Hochschule werden die aktuellen Entwicklungen in Bereichen des Marketings und Vertriebs skizziert, darauf aufbauend die Anforderungen an Mitarbeiter und Führungskräfte in diesem Bereich dargestellt und die darauf abgestimmten Qualifikationsziele des Studienganges unter Berücksichtigung der Berufsbefähigung/Employability, der wissenschaftlichen Befähigung, der Befähigung zur bürgerschaftlichen Teilhabe und der Persönlichkeitsentwicklung erörtert.

Die Hochschule stellt kurz die Ergebnisse der Studie „MIND- Mittelstand in Deutschland“ des Instituts für Mittelstandsforschung vor und beschreibt, wie und warum die dynamische Medien- und Kommunikationsindustrie nach wie vor überdurchschnittlich wächst.

Die FHM führt eine Verbleib-Studie ein Jahr nach Beendigung des Studiums durch. 82% Prozent der Befragten arbeiten als Angestellte oder schließen mit einem Praktikum ans Studium an und 18 Prozent haben sich für ein weiterführendes Studium entschieden.

Bewertung:

Die Zielsetzung des Studienganges wird mit Bezug auf das angestrebte Berufsfeld stimmig dargelegt und verständlich dargestellt. Die Rahmenanforderungen Wissenschaftliche Befähigung und umfassende Berufsbefähigung („Employability“, basierend unter anderem auf einer Berufsfeldanalyse) werden berücksichtigt, Fachdisziplin und -praxis werden gesellschaftlich und politisch reflektiert, und die Persönlichkeitsentwicklung wird gefördert. Die Zielsetzung orientiert sich an wissenschaftsadäquaten fachlichen und überfachlichen Zielen, die dem angestrebten Abschlussniveau adäquat sind. Der Studiengang trägt den Erfordernissen des Nationalen Qualifikationsrahmens Rechnung.

Die Qualifikationsziele des Studienganges werden detailliert und unter Berücksichtigung der Employability beschrieben. Der Fokus des Studiums liegt auf der Qualifikation der Studierenden für Fach- und Führungsnachwuchspositionen. Die Qualifikations- und Kompetenzziele entsprechen dem „Qualifikationsrahmen für Deutsche Hochschulabschlüsse“.

Auch die Befähigung zur bürgerschaftlichen Teilhabe der Studierenden wird im Curriculum berücksichtigt. Hierzu soll insbesondere das Modul „Studium Generale“ beitragen.

Die Hochschule legt im Detail dar, wie die Qualifikationsziele den Dubliner Deskriptoren entsprechen.

Bei der Definition der Zielsetzung des Studienganges greift die Hochschule auch auf Untersuchungen zum Absolventenverbleib zurück, siehe hierzu Kapitel 3.5

		Exzellent	Qualitätsanforderung übertrifft	Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
1.	Ziele und Strategie					
1.1*	Logik und Nachvollziehbarkeit der Zielsetzung des Studienganges (Asterisk-Kriterium)			X		

1.2 Positionierung des Studienganges

Für den Studiengang liegen erste Daten zum Absolventenverbleib vor; Details hierzu siehe Kapitel 3.5.

Der Studiengang existiert nach Aussage der Hochschule in dieser Form aktuell an keiner weiteren Hochschule. Eine Marktanalyse ergibt, dass die meisten Hochschulen marketingorientierte Studiengänge anbieten, die keinen Fokus auf die quantitativen sowie qualitativen Ansätze im Marketing und Vertrieb legen. Die Hochschule legt einen tabellarischen Überblick über die Wettbewerber vor.

Das Studienangebot geht nach Darlegung der Hochschule auf die erkennbare Nachfrage nach Fach- und Nachwuchsführungskräften in der Wirtschaft in den nächsten Jahren ein. Er vermittelt neben einer grundlegenden Wirtschaftskompetenz und überfachlichen Kompetenzen spezielle Fähigkeiten im Bereich Marketingmanagement. Absolventen zeichnen sich mit dem zu erwerbenden Abschluss dadurch aus, dass sie über grundlegendes betriebswirtschaftliches Wissen, sozialkommunikative Kompetenzen sowie ein professionelles Know-how im Marketing verfügen.

Die Eckpunkte des strategischen Konzepts der FHM sind die Orientierung am Mittelstand, der Anwendungsbezug und die ganzheitliche Persönlichkeitsbildung.

Bewertung:

Auch wenn die Gutachter von den angeführten Alleinstellungsmerkmalen des Studienganges, insbesondere einer Besonderheit durch qualitative und quantitative Marktforschungsansätze, nicht voll überzeugt sind, erkennen sie doch an, dass die Hochschule eine gründliche Konkurrenzanalyse durchgeführt hat, und sind überzeugt, dass der Studiengang sowohl im Bildungsmarkt als auch im Arbeitsmarkt gut positioniert ist. Untersuchungen zum Absolventenverbleib werden von der Hochschule berücksichtigt, siehe Kapitel 3.5.

Die Gutachter haben sich überzeugt, dass der Studiengang auch in das strategische Konzept der Hochschule nachvollziehbar eingebunden ist. Er verfolgt Qualifikationsziele, welche dem Leitbild und der strategischen Planung der Hochschule entsprechen.

		Exzellent	Qualitätsanforderung übertroffen	Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
1.2	Positionierung des Studienganges			X		
1.2.1	Positionierung des Studienganges im Bildungsmarkt			X		
1.2.2	Positionierung des Studienganges im Arbeitsmarkt für Absolventen („Employability“)			X		
1.2.3	Positionierung des Studienganges im strategischen Konzept der Hochschule			X		

1.3 Internationale Ausrichtung des Studienganges (Asterisk-Kriterium)

Der Studiengang besitzt nach Aussage der Hochschule, im Gegensatz zu anderen Studiengängen der FHM, keine explizit internationale Ausrichtung. Dennoch sind internationale Aspekte im Curriculum verankert wie die Möglichkeit, ein Auslandssemester zu absolvieren sowie verschiedene Inhalte und Methoden im Studium. Die Studierenden werden dazu motiviert, im Rahmen des Studiums in der Praxis (SiP) ein Praktikum im Ausland oder mit internationalem Bezug durchzuführen.

Bewertung:

Internationalität wird im Leitbild der Hochschule stark hervorgehoben. Die Gutachter bemängeln, dass diese im Studiengangskonzept jedoch nur partiell verwirklicht ist und insbesondere die praktische Umsetzung internationaler Aspekte für diesen Studiengang diesem Leitbild bisher nicht entspricht (zur Umsetzung s. Kapitel 3.3). Für die Akkreditierung erhebt die Hochschule für den Studiengang keinen internationalen Anspruch, obwohl Marketing heute generell eine stark internationalisierte Prägung aufweist.

Andererseits enthalten die Module viele internationale Aspekte; Gastvorträge von Referenten mit internationalem Hintergrund werden angeboten; Auslandsaufenthalte der Studierenden werden gefördert, und Englischkurse sind im Curriculum enthalten.

Insgesamt ist somit die internationale Ausrichtung des Studienganges nicht stark ausgeprägt, jedoch nach Ansicht der Gutachter der Zielsetzung des Studienganges gerade noch angemessen.

		Exzellent	Qualitätsanforderung übertroffen	Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
1.3*	Internationale Ausrichtung			X		

1.4 Geschlechtergerechtigkeit und Chancengleichheit

Das Konzept der FHM zur Umsetzung von Geschlechtergerechtigkeit und Chancengleichheit im Rahmen des Studienganges sieht mehrere Maßnahmen vor:

Bewerbungs- und Zulassungsverfahren

Im Rahmen des Bewerbungs- und Zulassungsverfahrens wird ein individuelles Vorstellungsgespräch durchgeführt, in dem u.a. die besonderen Anforderungen des Studiums, die individuelle Studienmotivation und der persönliche Hintergrund thematisiert werden. In diesem Rahmen sollen auch persönliche Voraussetzungen, wie die Vereinbarkeit

von Beruf, Familie, Freizeit und Studium im Fall eines dualen Studiums zur Sprache kommen und gemeinsam mit der Bewerberin/dem Bewerber thematisiert und reflektiert werden.

Curriculum

Im Rahmen unterschiedlicher Module fließen fachspezifische Erkenntnisse der Frauen- und Genderforschung in die Lehre ein.

Studienorganisation

Im Rahmen des FHM-Blended-Learning-Konzepts werden nicht nur Präsenzveranstaltungen, sondern auch Selbstlerneinheiten sowie E-Learning-Veranstaltungen in Form von Präsenzseminaren im virtuellen Klassenzimmer angeboten. Materialien für Selbststudien können die Studierenden über die asynchrone Lernplattform TraiNex ort- und zeitunabhängig (also z.B. von zuhause oder vom Büro aus, am Abend oder auch am Wochenende) abrufen. Das TraiNex bietet zudem nutzerspezifische Oberflächen und Designs, alternative Navigationsmöglichkeiten sowie weitere von Status und Rechten der Nutzer abhängige Funktionen. Eine durch die Nutzer frei-konfigurierbare Oberfläche und eine geschlechterspezifische Anrede sind durchgängig realisiert. Zudem bietet die Teilzeitvariante des Studienganges die Möglichkeit, an der Hochschule auch „familienbegleitend“ zu studieren.

E-Learning-Veranstaltungen im virtuellen Klassenzimmer bieten zudem den Vorteil, dass die Studierenden ortsunabhängig, z.B. von zuhause aus, im virtuellen Klassenraum in direkten Kontakt mit den Lehrenden und anderen Studierenden treten können. Fachliche Interessen, Lernverhalten oder die Lernkonstellationen differenzierter Gruppen können im Rahmen des E-Learning direkt berücksichtigt werden. Lange Anfahrtszeiten, Kosten für Kinderbetreuung etc. können auf diese Weise in vielen Fällen vermieden werden.

Der Nachteilsausgleich für Studierende mit Behinderung ist in § 6, Absatz 4 der Prüfungsordnung geregelt.

Bewertung:

Konzeptionell betrachtet ist die Geschlechtergerechtigkeit im Studiengang insbesondere curricular berücksichtigt. Bestimmte Maßnahmen zu einer geschlechtlichen Ausgewogenheit der Studierendengruppen oder des Lehrkörpers hat die Hochschule nicht benannt. Nichtsdestotrotz konnte aus den vorgelegten Unterlagen zum Studiengang und den Gesprächen vor Ort eine insgesamt ausgeglichene Geschlechterverteilung festgestellt werden. Chancengleichheit von Studierenden in besonderen Lebenslagen wird sowohl im Rahmen des Bewerbungsverfahrens als auch in der Studienorganisation berücksichtigt. Die genannten Maßnahmen betreffen vornehmlich Studierende, die Familie und/oder Beruf mit dem Studium zu vereinbaren haben. Andere Zielgruppen, wie ausländische Studierende (bis jetzt sehr wenige) sowie Studierende mit Migrationshintergrund werden im Rahmen des Betreuungskonzeptes gefördert. Ein Anspruch auf Nachteilsausgleich für behinderte Studierende hinsichtlich zeitlicher und formaler Vorgaben im Studium sowie bei allen abschließenden oder studienbegleitenden Leistungsnachweisen, z.B. durch alternative Prüfungsformen, ist sicher gestellt.

		Exzellent	Qualitätsanforderung übertroffen	Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
1.4	Geschlechtergerechtigkeit und Chancengleichheit			X		

2. ZULASSUNG (ZULASSUNGSPROZESS UND -VERFAHREN)

Für den Studiengang gelten zunächst die formalen Voraussetzungen zur Aufnahme eines Hochschulstudiums, die in der Prüfungsordnung definiert sind:

- als Voraussetzung für die Aufnahme des Studiums wird die Fachhochschulreife oder eine von der zuständigen staatlichen Stelle als gleichwertig anerkannte Vorbildung gefordert.
- Bewerber, die die Anforderungen gemäß der „Berufsbildungshochschulzugangsverordnung“ vom 8. März 2010 erfüllen.
- Zudem kann vom Vorliegen einer Hochschulzugangsberechtigung nach § 49 Abs. 1 bis 6, 8 und 9 HG ganz oder teilweise abgesehen werden, wenn Studienbewerberinnen oder Studienbewerber eine studienbezogene besondere fachliche Eignung oder besondere künstlerisch-gestalterische Begabung und eine den Anforderungen der Hochschule entsprechende Allgemeinbildung nachweisen.
- Des Weiteren besteht die Möglichkeit einer Einstufungs- sowie einer Zugangsprüfung, welche ebenfalls in der Prüfungsordnung geregelt sind.

Das Auswahlverfahren besteht aus folgenden Elementen:

- die Teilnahme am Kompetenzdiagnostik- und -entwicklungsverfahren KODE®,
- ein Test zur Feststellung der Englischkenntnisse,
- eine fachspezifische Aufgabe, z.B. Überprüfung der künstlerischen Befähigung, Mathematik, journalistischer Text o.ä.,
- eine Gruppenaufgabe,
- ein individuelles Vorstellungs- und Informationsgespräch zur Überprüfung der Eignung (Motivation, fachliche Orientierung, durch das Studium angestrebte Ziele).

Die Zulassungsbedingungen werden auf der Homepage, den entsprechenden Ordnungen und in den Informationsbroschüren veröffentlicht.

Bewertung:

Die Studienplätze werden nach dem Ergebnis eines Auswahlverfahrens vergeben. Dieses basiert auf dem Grad von Eignung und Motivation für das angestrebte Studium. Die Zulassungsbedingungen sind in der Prüfungsordnung des Studienganges definiert, nachvollziehbar und entsprechen den nationalen und landesrechtlichen Vorgaben. Die Zulassungsbedingungen orientieren sich zudem an der strategischen Studiengangszielsetzung, indem beispielsweise auch die mathematische Befähigung festgestellt wird. Das Verfahren und die Anforderungen in der Einstufungsprüfung richten sich im Übrigen sinngemäß nach den Bestimmungen der Prüfungsordnung. Demnach können behinderte Studierende den Nachteilsausgleich geltend machen. Im Sinne der höheren Transparenz wird empfohlen, diese Regelung deutlich zu formulieren.

Darüber hinaus bleibt festzuhalten:

- Die Studienorganisation ermöglicht, dass Studierende gewonnen werden, die fremdsprachliche Lehrveranstaltungen absolvieren können.
- Das Zulassungsverfahren ist beschrieben, nachvollziehbar und für die Öffentlichkeit dokumentiert und zugänglich.
- Die Zulassungsentscheidung basiert auf objektivierbaren Kriterien.

Aus Sicht der Gutachter ergibt sich aus den Evaluierungen bzgl. Einhaltung der Regelstudienzeit und bzgl. der Abbrecherquote, dass das Auswahlverfahren angemessen ist.

Nicht dokumentiert sind jedoch die Kriterien, nach denen für die Teilaufgaben des Auswahlverfahrens Punkte vergeben werden bzw. wie diese gewichtet werden.

Nach Aussage der Hochschule werden in der Auswahlprüfung Bereiche wie Mathematik, Englisch etc. quantitativ bewertet, zusätzlich werden im persönlichen Gespräch jedoch auch "weiche" Faktoren wie Engagement etc. gewertet, und insgesamt entscheidet das Prüfungsamt.

Die Hochschule legt Checklisten zum Auswahlverfahren vor. Diese enthalten Aufgabenbeispiele. Die Gutachter bemängeln, dass Bewertungskriterien (Punktzahlen, Gewichtungen etc.) dort fehlen, dass das Bewertungssystem daher nicht objektiv und dokumentiert ist bzw. dass nicht transparent ist, ob und wie gewichtet wird. Nach Aussage der Hochschule werden die Checklisten, anhand derer bewertet wird, ohnehin nicht veröffentlicht. In der Prüfungs- und Zulassungsordnung sind somit wesentliche Anforderungen an die Zulassung nicht dokumentiert, und ein Hinweis auf die Checkliste fehlt. Die Akkreditierung wird daher mit der **Auflage** verbunden, dass die Hochschule die Kriterien, nach denen die Auswahl von Studienbewerbern durchgeführt wird, nachvollziehbar macht und sie öffentlich dokumentiert.

		Exzellent	Qualitätsanforderung übertroffen	Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
2	Zulassung (Zulassungsprozess und -Verfahren)					
2.1*	Zulassungsbedingungen (Asterisk-Kriterium)			X		
2.2	Auswahlverfahren (falls vorhanden)			X		
2.3*	Berufserfahrung (Asterisk-Kriterium für weiterbildenden Master-Studiengang)					X
2.4*	Gewährleistung der Fremdsprachenkompetenz (Asterisk-Kriterium)					X
2.5	Transparenz und Nachvollziehbarkeit des Zulassungsverfahrens				Auflage	
2.6	Transparenz der Zulassungsentscheidung				X	

3. UMSETZUNG

3.1 Struktur

Module, Inhalte und die Zuweisung von CP zu den Modulen sind für die Vollzeit- und Teilzeitvariante identisch. In der Vollzeitvariante sind jedoch die Module auf 3 Jahre (9 Trimester), in der Teilzeitvariante auf vier Jahre (12 Trimester) verteilt.

Zurzeit gibt es Studierende nur für die Vollzeit-Variante.

Der Studiengang besitzt keine Schwerpunkte oder Spezialisierungen. Alle Module sind Pflichtmodule und müssen von allen Studierenden in der im Studienplan vorgesehenen Reihenfolge absolviert werden. Die Module sind vier Kompetenzbereichen zugeordnet: „Allgemeine Wirtschaftskompetenz“, „Spezifische Fachkompetenz“, „Personale und soziale Kompetenz“ sowie „Aktivitäts- und Handlungskompetenz“.

Die Bachelor-Studiengänge enthalten eine 24-wöchige Praxisphase, das Modul „Studium in der Praxis“ (SiP), das von der FHM betreut und im Rahmen einer Projektarbeit abgeprüft wird. Dieses verbindet berufspraktische Tätigkeiten mit wissenschaftlichem Arbeiten; es fördert die Problemlösungskompetenz und schärft den Blick für betriebliches Entwicklungspotenzial. Die Modulprüfung besteht aus der Erstellung einer wissenschaftlichen Arbeit und der Verteidigung selbiger während eines Kolloquiums. Das Kolloquium hat den Charakter einer Projektpräsentation.

Wählt der oder die Studierende die Vollzeitvariante, wird das SiP im Rahmen einer Praxisphase von 24 Wochen in einem Betrieb durchgeführt. Im berufsbegleitenden Studium wird die SiP-Phase typischerweise beim eigenen Arbeitgeber absolviert und mit einem betriebsinternen Projekt kombiniert. Die SiP-Phase ist integraler Bestandteil aller Bachelor-Studiengänge.

Nach Aussage der Hochschule berücksichtigt und realisiert der Studiengang die ECTS-Elemente (Prinzip der Modularisierung, Credit Points, relative Notenvergabe nach ECTS und Workload-Vorgaben).

Modulprüfungen können sein: Klausurarbeiten, mündliche Prüfungen, praxisbezogene Projektarbeiten, Referate mit schriftlicher Ausarbeitung, Studienarbeiten oder berufspraktische Übungen.

Voraussetzung für das Ablegen der Abschlussprüfung ist der erfolgreiche Abschluss aller Module.

Aus Befragungen zur studentischen Arbeitsbelastung in anderen im Cluster akkreditierten Präsenz-Studiengängen lassen sich bisher noch keine belastbaren Schlussfolgerungen ziehen. Jedoch geben die Abbrecherquote und die Quote der Studierenden, die den Studiengang in der Regelstudienzeit absolvieren, Hinweise auf angemessene Studierbarkeit.

Die Studiendauer von 9 Trimestern (3 Jahren) und die Zahl der zu erwerbenden CP stehen nach Darlegung der FHM im Einklang miteinander. Die Prüfungsdichte ist mit 20 Prüfungen zu 20 Modulen (inkl. SiP, ohne Thesis und Kolloquium) moderat. Zur Betreuung der Studierenden siehe Kapitel 4.1.2, zum didaktischen Konzept s. Kapitel 3.4. Bei der Studiengruppenbetreuung wird in direkter Kommunikation sichergestellt, dass keine übermäßige Arbeitsbelastung in einzelnen Modulen abverlangt wird.

Um die Einhaltung der festgelegten Studienzeiten für alle Studierenden zu gewährleisten, wurde ein so genanntes Prüfungsmanagement eingeführt. Ziel des Prüfungsmanagements ist es, für alle Studierenden ab Beginn des jeweils letzten Studienjahres kontinuierlich zu prüfen, ob eine bestimmte Zahl an offenen Modulprüfungen überschritten wurde. Wenn dies der Fall ist, sollen besondere Formen der individuellen Betreuung der Studierenden so wirksam werden, dass alle Modulprüfungen termingerecht erbracht werden können.

Bewertung:

Das Curriculum besteht ausschließlich aus Pflichtmodulen. Abgeleitet von der Studiengangskonzeption gliedern sie sich in vier Kompetenzfelder. Damit dient die Struktur der Zielsetzung des Studienganges und fördert den an der Zielsetzung orientierten Kompetenzerwerb der Studierenden.

Die ECTS-Elemente (Prinzip der Modularisierung, Credit-Points, relative Notenvergabe nach ECTS und Workload-Vorgaben) sind realisiert und in der Prüfungsordnung definiert. Die Modulbeschreibungen beinhalten mindestens die von der Kultusministerkonferenz (KMK) in den

„Rahmenvorgaben für die Einführung von Leistungspunktsystemen und die Modularisierung von Studiengängen“ geforderten Angaben. Die Lernergebnisse (learning outcomes) sind dabei kompetenzorientiert beschrieben. Die Module schließen in der Regel jeweils mit einer Modulprüfung ab. Der erforderliche Mindestumfang von 5 CP wird für alle Module eingehalten.

Die Module sind in logischer Reihenfolge angeordnet. Die Gutachter regen jedoch an, verpflichtend zu machen, dass das Modul Statistik absolviert wird, bevor das Modul Marktforschung absolviert werden kann, und das Curriculum auf weitere solche Fälle zu überprüfen, z.B. bzgl. der Praxisphase. Bei der Weiterentwicklung des Studienganges berücksichtigt die Hochschule auch Evaluationsergebnisse inklusive Untersuchungen zur studentischen Workload, Studienerfolg und Absolventenverbleib. Das Curriculum beinhaltet mehrere Module, die zwei oder drei Trimester dauern. Das Mobilitätsfenster ist dadurch jedoch nicht gefährdet: die Möglichkeit für Zeiträume von Aufenthalten an anderen Hochschulen und in der Praxis ohne Zeitverlust ist vorgesehen: die Studierenden werden motiviert (u.a. durch Learning Agreement), im Rahmen des "Studiums in der Praxis" (SiP, s.o.) ein Praktikum im Ausland oder ein Praktikum mit internationalem Bezug durchzuführen. Hierfür beteiligt sich die FHM an der ERASMUS Studienförderung.

Es existiert eine Studien- und Prüfungsordnung. Sie ist verständlich formuliert und wurde einer Rechtsprüfung unterzogen (in diesem Falle einer sog. Gleichwertigkeitsfeststellung durch das zuständige Ministerium in NRW). Die strukturellen Vorgaben für den Studiengang sind, unter Berücksichtigung der nationalen und landesspezifischen Vorgaben, umgesetzt. Der Nachteilsausgleich für behinderte Studierende ist in §6 Absatz 4 Prüfungsordnung geregelt. Anerkennungsregeln für an anderen Hochschulen erbrachte Leistungen sind nicht gemäß der Lissabon Konvention festgelegt. Die Prüfungsordnung sieht vor, dass außerhochschulisch erworbene Kenntnisse und Fähigkeiten auf das Studium angerechnet werden können. Dabei gibt es keine Einschränkung, dass höchstens 50 % eines Hochschulstudiums ersetzt werden können. Daher wird die Akkreditierung mit der **Auflage** verbunden, die Prüfungsordnung in folgenden Punkten zu ändern:

- Die wechselseitige Anerkennung von Modulen bei Hochschul- und Studiengangswechsel beruht auf der Qualität akkreditierter Studiengänge und der Leistungsfähigkeit staatlicher oder akkreditierter nicht staatlicher Hochschulen im Hinblick auf die erworbenen Kompetenzen der Studierenden (Lernergebnisse) entsprechend den Regelungen der Lissabon-Konvention (Art. III). Demzufolge ist die Anerkennung zu erteilen, sofern keine wesentlichen Unterschiede hinsichtlich der erworbenen Kompetenzen bestehen (Art. V). (vgl. Lissabon Konvention).
- Eine Anrechnung von außerhochschulisch erworbenen Kompetenzen kann höchstens 50 % des Studiums ersetzen.

Die Studierbarkeit wird durch die Berücksichtigung verschiedener Aspekte gewährleistet. Dazu gehören die Eingangsqualifikationen (vgl. Kapitel 2), die Workloadberechnung, die Berücksichtigung der Belange von Studierenden mit Behinderung, entsprechende Betreuungsangebote sowie fachliche und überfachliche Studienberatung (vgl. Kapitel 4).

Evaluierungsdaten zur Studierbarkeit aus Befragungen der Studierenden wurden von der Hochschule vorgelegt. Jedoch war der Rücklauf bisher gering. Die Gutachter sind aus den o.g. Gründen der Ansicht, dass die Studierbarkeit gegeben ist, auch wenn die Datenbasis noch nicht ausreichend ist, um belastbare statistische Aussagen zu machen. Die Gutachter begrüßen, dass die Hochschule dies weiter untersuchen wird.

		Exzellent	Qualitäts- anforderung übertroffen	Qualitäts- anforderung erfüllt	Qualitäts- anforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
3	Umsetzung					
3.1	Struktur			X		
3.1.1*	Struktureller Aufbau des Studienganges (Kernfächer / ggf. Spezialisierungen (Wahlpflichtfächer) / weitere Wahlmöglichkeiten / Praxiselemente)			X		
3.1.2*	Berücksichtigung des „European Credit Transfer and Accumulation System (ECTS)“ und der Modularisierung			X		
3.1.3*	Studien- und Prüfungsordnung			Auflage		
3.1.4*	Studierbarkeit			X		

3.2 Inhalte

Alle Module des Studienganges sind Pflichtmodule und sind in der im Studienplan vorgesehenen Reihenfolge zu bearbeiten. Es sind keine Wahlmöglichkeiten vorgesehen. Das Studium gliedert sich in vier Kompetenzfelder: „Allgemeine Wirtschaftskompetenz“, „Fachkompetenz Leasing“, „Personale und soziale Kompetenz“ und „Aktivitäts- und Handlungskompetenz“. Die einzelnen Module hierzu sind dem Curriculum (s. Abbildung) zu entnehmen.

Der Studiengang führt zur Abschlussbezeichnung „Bachelor of Arts (B.A.)“.

Absolventen sollen über ein breites, detailliertes und kritisches Verständnis auf dem neuesten Stand des Wissens im Bereich Marketingmanagement verfügen. Somit entspricht die Studiengangsbezeichnung der inhaltlichen Ausrichtung des Studienganges.

Alle Studiengänge der FHM weisen gemäß dem Leitbild der Hochschule einen hohen Praxisbezug auf:

- In der Vollzeit-Variante wird das SiP im Rahmen einer Praxisphase von 24 Wochen in einem Betrieb durchgeführt. In der berufs begleitenden Variante wird die SiP-Phase typischerweise beim eigenen Arbeitgeber absolviert. Weitere Projektarbeiten und Case Studies innerhalb der Studienbriefe und Präsenzphasen stellen die wissenschaftliche Begleitung während des Studiums in der Praxis sicher. In der SiP-Phase sollen die bislang im Studium angeeigneten fachlichen und überfachlichen Kompetenzen in der betrieblichen Praxis angewendet und erweitert werden. Prüfungsleistung ist eine praxisorientierte Projektarbeit, die in einem Kolloquium verteidigt wird.

- Zu den Praxiskenntnissen der Dozenten siehe Kapitel 4.1.

- Forschungs- und Praxisperspektiven werden durch Praxisvorträge, Exkursionen oder Fallstudien, z.B. in den Studienbriefen, vertieft.

- Die Ringvorlesungen EXPERT.CIRCLE und MEDIA.CIRCLE werden an den verschiedenen Standorten der FHM angeboten und bieten die Möglichkeit, mit Experten aus der Praxis ins Gespräch zu kommen.

- Gastdozenten werden regelmäßig in Vorlesungen eingeladen, z.B. aus Unternehmensberatungen oder Wirtschaftsprüfungsgesellschaften.

Im Rahmen der Bachelor-Arbeit soll in Zusammenarbeit mit dem Unternehmen des Studierenden eine für die Praxis relevante Fragestellung wissenschaftlich untersucht werden.

Zur Interdisziplinarität tragen die Module „Business English“ und „Intercultural Management und Führungsethik“ bei. Das erstere fördert die Sprachkompetenz und die Kommunikationsfähigkeit und gewährt Einblicke in die anglo-amerikanische Politik und Gesellschaft. Im letzteren werden die Studierenden mit der Führung in unterschiedlichen Umfeldern und auch mit unterschiedlichen Moralvorstellungen bekannt gemacht.

Wissenschaftliche Befähigung wird im Modul „Wissenschaftliches Arbeiten“, durch die Erstellung der SiP-Arbeit und der Bachelor-Thesis sichergestellt. U.a. werden die Studierenden mit dem Denkmodell der Hypothesenbildung und der Verifikation/Falsifikation vertraut gemacht. Damit verbunden ist die Vermittlung von Basiskenntnissen der empirischen Sozialforschung einschließlich statistischer Auswertungen.

Die Anforderungen an die Prüfungsarbeiten und an die Abschlussarbeit entsprechen nach Aussage der Hochschule dem für einen Bachelor-Studiengang zu fordernden Niveau.

Die praxisbezogene Projektarbeit, die im Zuge des SiP-Moduls erstellt werden muss, dient u.a. dazu, die Fähigkeit der Studierenden in Bezug auf den Theorie-Praxis-Transfer zu beurteilen. Die Leistung wird nur durch die Hochschule beurteilt.

Bewertung:

Das Curriculum trägt den Zielen des Studienganges angemessen Rechnung. Die Module sind inhaltlich ausgewogen angelegt und in der Reihenfolge und Anordnung sinnvoll miteinander verknüpft. Sie sind auf die Qualifikations- und Kompetenzentwicklung ausgerichtet. Die Learning Outcomes entsprechen den jeweils im nationalen Qualifikationsrahmen vorgesehenen Kompetenzen und Fähigkeiten. Das Angebot an Kernfächern deckt die erforderlichen Inhalte zur Erreichung der angestrebten Qualifikations- und Kompetenzziele ab.

Die Abschlussbezeichnung entspricht der inhaltlichen Ausrichtung und den nationalen Vorgaben.

Aktueller Studien- und Prüfungsplan B.A. Marketingmanagement (Vollzeit)

Studienjahr		1. Jahr									2. Jahr									3. Jahr									Re-Akkreditierung		
Credit Points pro Jahr		60									60									60									Ustd	ECTS	Student-WL
Trimester		1. Trim.			2. Trim.			3. Trim.			4. Trim.			5. Trim.			6. Trim.			7. Trim.			8. Trim.			9. Trim.			gesamt	gesamt	gesamt
Credit Points pro Trimester		23			19			18			20			19			21			25			23			12					
Kennung	Module & Kompetenzbereiche	GS	CP	Fp.	GS	CP	Student Workload																								
I Allgemeine Wirtschaftskompetenz																															
BA-MM-AW-01	Volkswirtschaftslehre I	30	5	1																									30	5	125
BA-MM-AW-02	Betriebswirtschaftslehre I	30	2		30	3		30	3	1																			90	8	200
BA-MM-AW-03	Betriebswirtschaftslehre II																30	5	1										30	5	125
BA-MM-AW-04	Rechnungswesen/Finanzierung				30	2		30	3	1																			60	5	125
BA-MM-AW-05	Controlling																			30	2		30	3	1				60	5	125
BA-MM-AW-06	Wirtschaftsrecht																			30	5	1							30	5	125
BA-MM-AW-07	Wirtschaftsmathematik/Statistik	30	4		30	2	1													30	5	1							60	6	150
	Summe	90	11	1	90	7	1	60	6	2	0	0	0	0	0	0	30	5	1	60	7	1	30	3	1	0	0	0	360	39	975
II Marketingmanagement-kompetenz																															
BA-MM-MMK-01	Marketing & Vertrieb				45	5	1																						45	5	125
BA-MM-MMK-02	Strategisches Marketingmanagement							60	5	1																			60	5	125
BA-MM-MMK-03	Operatives Marketingmanagement																30	3		45	3	1							75	6	150
BA-MM-MMK-04	Sektorales Marketing																			30	2		30	3	1				60	5	125
BA-MM-MMK-05	Kommunikation und Strategie																						45	5	1				45	5	125
BA-MM-MMK-06	Marketingforschung										15	2					45	3	1										60	5	125
BA-MM-MMK-07	Angewandte Marketingforschung																			60	5	1							60	5	125
BA-MM-MMK-08	Marketing-Projektmanagement	30	5	1																									30	5	125
BA-MM-MMK-09	Kundenbeziehungsmanagement							30	5	1																			30	5	125
BA-MM-MMK-10	Unternehmensführung																30	3		30	3	1							60	6	150
BA-MM-MMK-11	Unternehmensplanspiel																						45	5	1				45	5	125
BA-MM-MMK-12	Projektarbeiten																						45	5	1				45	5	125
	Summe	30	5	1	45	5	1	90	10	2	0	0	0	15	2	0	105	9	1	165	13	3	165	18	4	0	0	0	615	62	1550
III Personale & Soziale Kompetenz																															
BA-MM-PS-01	Wirtschaftsenglisch I	30	2		15	2		30	2	1																			75	6	150
BA-MM-PS-02	Wirtschaftsenglisch II													30	2		15	3	1										45	5	125
BA-MM-PS-03	Selbstmanagement & Selbstmarketing				30	5	1																						30	5	125
BA-MM-PS-04	Teammanagement; Präsentation & Moderation													45	5	1													45	5	125
BA-MM-PS-05	Studium Generale																15	2		15	1		30	2	1				60	5	125
	Summe	30	2	0	45	7	1	30	2	1	0	0	0	75	7	1	30	5	1	15	1	0	30	2	1	0	0	0	255	26	650
IV Aktivitäts- und Handlungskompetenz																															
BA-MM-AH-01	Studium in der Praxis (SiP)										60	20		60	10	1													120	30	750
BA-MM-AH-02	Wissenschaftliches Arbeiten	30	5	1																									30	5	125
BA-MM-AH-03	Unternehmensgründung																15	2		30	4	1							45	6	150
	Summe	30	5	1	0	0	0	0	0	0	60	20	0	60	10	1	15	2	0	30	4	1	0	0	0	0	0	0	195	41	1025
Kolloquium zur Bachelorarbeit								30																					30	0	
Bachelorarbeit																													12	1	300
	Summe	180	23	3	180	19	3	180	18	5	60	20	0	150	19	2	180	21	3	270	25	5	225	23	6	0	12	1	1425	180	4500

Legende:

GS = Gesamtstunden/Trimester, CP = Credit Point, FP = Fachprüfung

Die Studiengangsbezeichnung "Marketingmanagement" entspricht der inhaltlichen Ausrichtung des Curriculums.

Im Studiengang sind zur Förderung der Employability theoretische Fragestellungen auf Anwendungsfelder hin ausgerichtet. Ein praktischer Studienanteil ("Studium in der Praxis") ist als Verknüpfung von Theorie und Praxis vorgesehen. Die Gutachter begrüßen die o.g. weiteren Elemente, die zu einer Verknüpfung von Theorie und Praxis beitragen.

Der Studiengang fördert nachweislich interdisziplinäres Denken.

Die Vermittlung von Methodenkompetenz und die Befähigung zum wissenschaftlichen Arbeiten sowie zum Verstehen und Replizieren von Fachliteratur sind im Studiengang gewährleistet. Sie sind in den Modulbeschreibungen als Lernziele ausgewiesen.

Abschlussarbeiten und exemplarische Klausuren sowie SiP-Arbeiten wurden von der Hochschule vorgelegt. Aus allen vorgelegten Arbeiten ist aus Sicht der Gutachter erkennbar, dass das Anforderungsniveau dem Qualifikationsniveau entspricht. Die Prüfungsleistungen und die Abschlussarbeit sind in Form und Inhalt auf die Learning Outcomes des Studienganges abgestimmt.

		Exzellent	Qualitätsanforderung übertroffen	Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
3	Umsetzung					
3.2	Inhalte			X		
3.2.1*	Logik und konzeptionelle Geschlossenheit (Asterisk-Kriterium)			X		
3.2.2*	Begründung der Abschlussbezeichnung (Asterisk-Kriterium)			X		
3.2.3*	Begründung der Studiengangsbezeichnung (Asterisk-Kriterium)			X		
3.2.4*	Integration von Theorie und Praxis (Asterisk-Kriterium)			X		
3.2.5	Interdisziplinarität			X		
3.2.6*	Methoden und wissenschaftliches Arbeiten (Asterisk-Kriterium)			X		
3.2.7*	Prüfungsleistungen und Abschlussarbeit (Asterisk-Kriterium)			X		

3.3 Internationalität

Das Studium in der Praxis (SiP) ist fester Bestandteil der Curricula der FHM-Studiengänge. Für Studierende, die dieses im Ausland absolvieren möchten, beteiligt sich die FHM an der ERASMUS-Studienförderung. Dieses Programm sieht eine finanzielle Unterstützung der Studierenden von bis zu 400 € monatlich vor.

Internationale / interkulturelle Studieninhalte finden sich u.a. in den Modulen "Operatives Marketingmanagement" und „Business Englisch“ vermittelt.

Unterrichtssprache ist Deutsch. In englischer Sprache wird das Modul „Business Englisch“ durchgeführt. Englische Literatur ist Bestandteil verschiedener Module des Curriculums. Die FHM bietet ihren Studierenden bei Interesse weitere fremdsprachliche Veranstaltungen wie

z.B. Spanisch, Französisch und Chinesisch an den verschiedenen FHM-Standorten als Präsenzveranstaltung an.

Der internationale Hintergrund der Lehrenden durch berufliche oder akademische Tätigkeiten ist den Lebensläufen der Hochschullehrer zu entnehmen.

Nur sehr wenige Studierende kommen bisher aus dem Ausland.

Bewertung:

Die Gutachter kritisieren, dass Internationalität im Leitbild der Hochschule und in den Modulbezeichnungen stark betont wird, dass dies im Curriculum und in den Modulinhalten jedoch in deutlich geringerem Maße umgesetzt ist.

Die internationale Zusammensetzung der Dozenten entspricht den Anforderungen des Studienganges bzgl. internationale Erfahrung in Beruf oder akademischer Tätigkeit.

Zwar gibt es eine Kooperation mit einer Hochschule in Hanoi und Ansätze zu einer Kooperation mit einer chinesischen Hochschule. Da spezifische Aktivitäten zur Anwerbung und Integration ausländischer Studierender jedoch nicht vorgesehen sind, ist die Quote ausländischer Studierender demgemäß sehr niedrig. Sie lag bis 2010 bei 0%, erstmalig gab es 2011 zwei ausländische Studierende.

Ein Auslandssemester wird zwar ermöglicht, allerdings wird es wenig genutzt. Die FHM unterhält ein International Office, welches den Studierenden mit der Beratung und der Suche nach Auslandspraktika und Auslandsaufenthalten an ausländischen Hochschulen zur Seite steht. Für das "SiP" im Ausland Plätze zu finden, ist nach Aussage befragter Studierender jedoch schwer, und es gibt viele Bewerber auf wenige Stellen. Die Ursache scheint zu sein, dass die Organisation der Auslandsaufenthalte über die kooperierenden Unternehmen läuft. Die Gutachter empfehlen eine stärkere Unterstützung durch die FHM, die offenbar seitens der Studierenden sehr willkommen wäre.

Fremdsprachige Lehrveranstaltungen sind, mit Ausnahme der Angebote zum Erlernen von Fremdsprachen, im Curriculum nicht enthalten. Die mit dem Einsatz von fremdsprachigen Materialien verbundene studentische Arbeitsbelastung (Workload) ist minimal.

Insgesamt beurteilen die Gutachter die Internationalität des Studienganges als noch ausreichend und berücksichtigen hierbei, dass die tatsächlichen Inhalte mit der Studiengangskonzeption und der Studiengangsdokumentation im Einklang stehen. Sie empfehlen jedoch dringend, entsprechend dem Leitbild der Hochschule bei der Weiterentwicklung des Studienganges höheres Gewicht auf Internationalität zu legen.

		Exzellent	Qualitätsanforderung übertroffen	Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
3.	Umsetzung					
3.3	Internationalität			X		
3.3.1*	Internationale und interkulturelle Inhalte (Asterisk-Kriterium)			X		
3.3.2	Internationalität der Studierenden				X	
3.3.3	Internationalität der Lehrenden			X		
3.3.4	Fremdsprachenanteil				X	

3.4 Zusätzlicher Qualifikations- und Kompetenzerwerb

Im Modul "Studium Generale" werden Bildungsinhalte angeboten sowie Kompetenzen vermittelt, die der Persönlichkeitsbildung dienen, inkl. des sozialen Kommunikations- und Konfliktverhaltens, der Führung und der ethischen Aspekte. Wertorientierte Unternehmensführung ist Bestandteil des Moduls "Unternehmensführung". Führungskompetenz wird vertiefend vermittelt in den Modulen „Marketing-Projektmanagement“, „Selbstmanagement & Selbstmarketing“ und „Teammanagement, Präsentation & Moderation“.

Bewertung:

Die Entwicklung überfachlicher Qualifikationen wie ethischer Aspekte, führungsrelevanter Kompetenzen, Managementkonzepte, aber auch Kommunikationsfähigkeit, Rhetorik sowie Kooperations- und Konfliktfähigkeit sind im Studiengang nachhaltig gewährleistet.

		Exzellent	Qualitätsanforderung übertroffen	Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
3.	Umsetzung					
3.4	Zusätzlicher Qualifikations- und Kompetenzerwerb			X		
3.4.1*	Erwerb anwendungs- und / oder forschungsorientierter Kompetenzen (nur bei Master-Studiengang; Asterisk-Kriterium)			X		
3.4.2*	Überfachliche Qualifikation (Asterisk-Kriterium)			X		
3.4.3*	Kommunikationsfähigkeit und Rhetorik / Kooperations- und Konfliktfähigkeit (Asterisk-Kriterium)			X		

3.5 Didaktisches Konzept

Den Studierenden werden unterschiedliche didaktische Methoden geboten. Die Lehrmethoden sind: Vorlesungen, Übungen, Seminare, Praktika, Projektarbeiten, synchrone Online-Veranstaltungen und Selbststudienanteile.

Für berufsbegleitende Studiengänge ist das Konzept des Blended Learnings seit 8 Jahren permanent weiterentwickelt worden. Das FHM-E-Campus TraiNex ermöglicht und unterstützt das Blended Learning. Durch Projekte werden Theorie und Praxis integriert. Die Hochschule legt eine detaillierte Beschreibung ihres Blended-Learning-Konzeptes und insbesondere des TraiNex vor. Für das Selbststudium werden Medien von den Dozenten überwiegend über die asynchrone Lernplattform, den E-Campus TraiNex zur Verfügung gestellt, u.a. Lehrbriefe, Skripte, multimediale CD-ROMS, Web based Training Module, Simulationen, Rapid ELearning Module, Videos, Hörbücher. Zahlreiche, teilweise einmalige, teilweise jährlich wiederkehrenden Praxisprojekte werden zusätzlich zum Studium durchgeführt. Die Hochschule legt eine Liste bisher durchgeführter Projekte vor.

Gastreferenten berichten aus unterschiedlichen Branchen aus der Praxis, und die Hochschule bietet externe und interne Fachtagungen, z.B. Personalentwicklung, Betriebliche Gesundheitsförderung etc..

Bewertung:

Die Lerngruppengrößen liegen bei durchschnittlich 20. Jeder Studierende wird durch einen Studiengruppenleiter über das gesamte Studium begleitet. Die Hochschule bietet den Dozenten Schulungen zu Didaktik des E-Learning an. Die Gutachter regen an, dass die Hochschule das eigene didaktische Konzept regelmäßig darauf überprüft, ob es umgesetzt und gelebt wird. Die begleitenden Lehrveranstaltungsmaterialien entsprechen dem zu fordernden Niveau, sind zeitgemäß und benutzerfreundlich und stehen den Studierenden online zur Verfügung.

Gastreferenten bringen Erfahrungen aus der Praxis und aus der Wissenschaft in den Lehrbetrieb ein.

Eine Einbindung von Tutoren ist nicht vorgesehen; dies halten die Gutachter aufgrund der kleinen Gruppen und des überzeugenden Betreuungskonzeptes für akzeptabel.

Insgesamt ist das didaktische Konzept des Studienganges nachvollziehbar beschrieben, es unterstützt die Erreichung der Studiengangziele und umfasst eine ausreichende Vielfalt von Methoden.

		Exzellent	Qualitätsanforderung übertroffen	Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
3.	Umsetzung					
3.5	Didaktisches Konzept			X		
3.5.1*	Logik und Nachvollziehbarkeit des didaktischen Konzeptes (Asterisk-Kriterium)			X		
3.5.2	Begleitende Lehrveranstaltungsmaterialien			X		
3.5.3	Gastreferenten			X		
3.5.4	Tutoren im Lehrbetrieb					X

3.6 Berufsqualifizierende Kompetenzen / Employability (Asterisk-Kriterium)

Konstitutiv für die Entwicklung der Curricula an der FHM ist das KODE®-Kompetenzmodell, in dem die zu vermittelnden fachlichen Qualifikationen und personalen Kompetenzen so miteinander verzahnt sind, dass die Studierenden während des Studiums diejenigen Denk- und Handlungsfähigkeiten ausbilden können, die sie befähigen, als Fach- und Führungskraft in der Wirtschaft erfolgreich zu werden. Während bei Fachkräften der Schwerpunkt auf betriebswirtschaftlichen, technischen und rechtlichen Sachverhalten liegt, überwiegt bei Führungskräften die unternehmerische und personale Verantwortung für einen Geschäftsbereich oder ein ganzes Unternehmen. Aus Sicht der Hochschule entsprechen die Zielstellung und das Curriculum diesem Anspruch.

Alle Qualifikationsziele "Allgemeine Wirtschaftskompetenz", "Marketingmanagement-Kompetenz", "Personale und soziale Kompetenz", "Aktivitäts- und Handlungskompetenz" sowie die Praxisphase von 24 Wochen dienen der "Employability". Die wissenschaftliche Befähigung wird in den Modulen "Wissenschaftliches Arbeiten", "Marketingforschung" und "Angewandte Marketingforschung" und durch die Erstellung der SiP-Arbeit gefördert.

Aus der ersten Absolventenverbleib-Studie geht hervor, dass 73% der Befragten als Angestellte arbeiten. 9% schließen mit einem Praktikum ans Studium an und 18% haben sich für ein weiterführendes Studium entschieden. Keiner der teilnehmenden Absolventen bezeich-

net sich als arbeitslos oder -suchend. 100% Prozent der Angestellten und Praktikanten geben an, gemäß ihrer Hochschulqualifikation beschäftigt zu sein. 88% der Angestellten arbeiten in Vollzeit und sind unbefristet beschäftigt. Ein Viertel verfügt über Personalverantwortung.

Bewertung:

Bei der Entwicklung des Studienganges berücksichtigt die Hochschule Untersuchungen zum Studienerfolg und Absolventenverbleib. Die ersten Absolventenbefragungen zeigen, dass der Studiengang eine Positionierung im regionalen Bildungs- und Arbeitsmarkt gewährleistet.

Das Curriculum ist nach Ansicht der Gutachter auf einen berufsqualifizierenden Abschluss mit klarem Profil ausgerichtet, und die Berufsbefähigung der Absolventen wird erreicht.

		Exzellent	Qualitätsanforderung übertrifft	Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
3.	Umsetzung					
3.6*	Berufsqualifizierende Kompetenzen / Employability (Asterisk-Kriterium)			X		

4. Wissenschaftliches Umfeld und Rahmenbedingungen

4.1 Lehrpersonal

Das Hochschuldidaktische Zentrum bietet regelmäßig Schulungen zur pädagogischen Weiterbildung für alle Lehrenden an. Die Hochschulleitung lädt regelmäßig zur Hochschuldozenten-Konferenz ein, um einen Erfahrungsaustausch rund um die Lehre zu ermöglichen.

Alle hauptberuflichen Professoren des Studienganges verfügen über eine Promotion und in der Regel über eine mehrjährige Führungstätigkeit in der Wirtschaft. Bei der Vergabe von Lehraufträgen orientiert sich die FHM an der Expertise der externen Dozenten. Ein Hochschulabschluss und eine herausragende Tätigkeit in Unternehmen, Institutionen o. ä. müssen nachgewiesen werden.

Die Qualifikation der Hochschullehrenden entspricht den Anforderungen, die das Wissenschaftsministerium NRW an die Vergabe von Professuren für Fachhochschulen in NRW stellt.

Für die Präsenzveranstaltungen in Seminaren und Online-Veranstaltungen werden Hochschullehrende und Lehrbeauftragte eingesetzt, die auch sonst im Präsenzstudium tätig sind. Die Praxisorientierung muss für eine Lehrtätigkeit an der FHM nachgewiesen werden.

Bewertung:

Struktur und Anzahl des Lehrpersonals stehen im Einklang mit den Anforderungen des Studienganges. Sie entsprechen den nationalen Vorgaben. Das eingesetzte Lehrpersonal ist kontraktuell mit dem Studienangebot verbunden. Eine Lehrverflechtungsmatrix lässt erkennen, dass die notwendige Kapazität für diesen Studiengang vorhanden ist. Für die Präsenzveranstaltungen steht eine ausreichende Zahl von Dozenten zur Verfügung. Die Gutachter empfehlen, diese dadurch aussagekräftiger zu machen, dass in einer Matrix pro Dozent erkennbar wird, welche Lehrverpflichtungen dieser hat.

Maßnahmen zur Personalentwicklung und -qualifizierung für Lehrende werden von der Hochschule angeboten. Einer der Professoren hat eine Didaktik-Veranstaltung initiiert. Alle Dozenten treffen sich halbjährlich, um sich über Themen der Didaktik auszutauschen. Das Hochschuldidaktische Zentrum der FHM bietet Fortbildungen an. Es gibt keine Maßnahmen zur Bindung von qualifizierten Dozenten.

Die Hochschule hat ihre Allgemeinen Richtlinien zur Berufung von Dozenten/Professoren vorgelegt. Die Kriterien sind dem Berufungsverfahren einer FH angemessen. Aus ihnen sowie aus den vorgelegten Kurzlebensläufen der hauptamtlich Lehrenden ergibt sich, dass die wissenschaftliche Qualifikation des Lehrpersonals den Anforderungen und Zielsetzungen des Studienganges entspricht.

Auch die pädagogische / didaktische Qualifikation des Lehrpersonals entspricht den Anforderungen des Studienganges.

Das Hochschullandesgesetz NRW verlangt ohnehin 5 Jahre Berufserfahrung. In der Realität haben die meisten Dozenten, wie auch den Lebensläufen zu entnehmen ist, über mehr als 5 Jahre Berufserfahrung. Die Praxiskenntnisse entsprechen somit den Anforderungen des Studienganges.

Die Studierenden werden durch individuelle Schulungen in die Nutzung des FHM-E-Campus TraiNex zu Beginn des Studiums eingewiesen. Diese Einführungen erfolgen durch hauptamtlich damit betraute Mitarbeitende.

Die Betreuung der Studierenden ist fester Bestandteil der Dienstleistung des Lehrpersonals und wird regelmäßig angeboten. Das Lehrpersonal steht auch außerhalb vorgegebener Sprechzeiten zur Verfügung. Die Studierenden sind rundum zufrieden, auch mit der Betreuung während der Praxisphasen (SiP).

		Exzellent	Qualitätsanforderung übertroffen	Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
4.	Wissenschaftliches Umfeld und Rahmenbedingungen					
4.1	Lehrpersonal			X		
4.1.1*	Struktur und Anzahl des Lehrpersonals in Bezug auf die curricularen Anforderungen (Asterisk-Kriterium)			X		
4.1.2*	Wissenschaftliche Qualifikation des Lehrpersonals (Asterisk-Kriterium)			X		
4.1.3*	Pädagogische / didaktische Qualifikation des Lehrpersonals (Asterisk-Kriterium)			X		
4.1.4	Praxiskenntnisse des Lehrpersonals			X		
4.1.5*	Interne Kooperation (Asterisk-Kriterium)			X		
4.1.6*	Betreuung der Studierenden durch Lehrpersonal (Asterisk-Kriterium)		X			

4.2 Studiengangsmanagement

Der wissenschaftliche Studienleiter ist für den gesamten Studiengang inhaltlich verantwortlich. Dies beinhaltet unter anderen die Entwicklung und Weiterentwicklung des Studienganges, die Erstellung von Studiengangsmaterialien, die Umsetzung der Studienverlaufspläne, die Vergabe von Lehraufträgen sowie das Prüfungsmanagement.

Die Studienleitung (Hochschullehrende der FHM) ist organisatorisch verantwortlich für das Studium. Sie koordiniert die Erstellung von Studieninformationsmaterialien, die Beratungs- und Betreuungstermine und die Zusatzveranstaltungen. Studienleitung ist außerdem jederzeit ansprechbar für die Studierenden.

Im Rahmen des Haushaltsplans werden die notwendigen Ressourcen zur Realisierung des Studienganges bewilligt. Im Rahmen der Rektoratsbesprechungen mit den Dekanen werden die studienrelevanten Informationen ausgetauscht und evtl. erforderliche außerordentliche Maßnahmen eingeleitet.

Die Dekanate steuern das operative Studiengangsmanagement, wobei durch die Verwaltung die Zeit- und Ressourcenplanung trimesterweise vorgenommen wird. Jede Studiengruppe eines Studienganges hat einen Studiengruppenbetreuer. Der Studiengang hat einen wissenschaftlichen Studienleiter, in dessen Verantwortung die permanente Überprüfung der Ziele und Inhalte und die curriculare Weiterentwicklung des Studienganges liegen.

Die Hochschule bietet den Mitarbeitern der Verwaltung Fortbildungsmaßnahmen an. Die Verwaltungsunterstützung für die Studierenden umfasst folgende Angebote:

- Studienberatung
- den FHM-Studienführer
- die Studienbegleithefte
- die Kommunikationsplattform TraiNex
- Studierendenbetreuung
- Kompetenzzentrum zur fachlichen und persönlichen Kompetenzdiagnostik in Zusammenarbeit mit der CeKom® GmbH
- die Bibliothek und Mediothek
- das Career Service Center (CSC)
- das Existenzgründungsnetzwerk
- den FHM-Alumni e.V.

Ein externes Beratungsgremium für den Studiengang existiert derzeit nicht.

Bewertung:

Die Studiengangsleitung koordiniert die Abläufe aller im Studiengang Mitwirkenden und trägt Sorge für einen störungsfreien Ablauf des Studienbetriebes und für die Gewinnung der Dozenten.

Ablauforganisation, Verwaltungsunterstützung sowie Entscheidungsprozesse, -kompetenzen und -verantwortlichkeiten sind transparent festgelegt. Dozierende und Studierende sind bei sie betreffenden Entscheidungen einbezogen. Das Verwaltungspersonal ist qualitativ und quantitativ ausreichend. Maßnahmen zur Personalentwicklung und -qualifizierung sind vorhanden.

Befragte Studierende waren mit der Betreuung zufrieden und regten lediglich an, dass das Sozialleben an der FHM und die Campusatmosphäre mehr gefördert werden könnte, z.B. durch eine größere und gemütlichere Cafeteria. Die Gutachter unterstützen den weiteren Wunsch der Studierenden, beim Finden von Praktikumsplätzen im In- und Ausland für die Praxisphase (SiP) und generell bei Auslandsaufenthalten stärker unterstützt zu werden.

Die Gutachter wiederholen die Empfehlung aus früheren Begutachtungen existierender Studiengänge, einen Beirat einzurichten.

		Exzellent	Qualitätsanforderung übertroffen	Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
4.	Wissenschaftliches Umfeld und Rahmenbedingungen					
4.2	Studiengangsmanagement			X		
4.2.1*	Studiengangsleitung (Asterisk-Kriterium)			X		
4.2.2	Ablauforganisation und Verwaltungsunterstützung für Studierende und das Lehrpersonal			X		
4.2.3	Beratungsgremium (Beirat) und dessen Struktur und Befugnisse				X	

4.3 Kooperationen und Partnerschaften

Kooperationen der FHM wirken sich in Form von Expertenvorträgen, Veröffentlichungen, Skripten und Tagungen auf den Studiengang aus. Die Hochschule führt Beispiele von wissenschaftlichen Diskursen an, zu denen Professoren und wissenschaftliche Mitarbeiter anderer Hochschulen im Rahmen von Veröffentlichungen eingeladen wurden.

Bewertung:

Umfang und Art bestehender Kooperationen mit anderen Hochschulen in der Region sind beschrieben und die entsprechenden Vereinbarungen sind dokumentiert. Die Gutachter bemängeln jedoch die geringe Anzahl von Partnerschaften, insbesondere außerhalb der Region und im Ausland, und empfehlen dringend, solche Kooperationen verstärkt aufzubauen.

Kooperationen mit Wirtschaftsunternehmen sind beschrieben und die zu Grunde liegenden Vereinbarungen sind dokumentiert. Sie haben Auswirkungen auf den Studiengang und fördern die Qualifikations- und Kompetenzentwicklung der Studierenden.

		Exzellent	Qualitätsanforderung übertroffen	Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
4.	Wissenschaftliches Umfeld und Rahmenbedingungen					
4.3	Kooperationen und Partnerschaften			X		
4.3.1*	Kooperationen mit Hochschulen und anderen wissenschaftlichen Einrichtungen bzw. Netzwerken (Asterisk-Kriterium für Kooperationsstudiengänge)			X		
4.3.2*	Kooperationen mit Wirtschaftsunternehmen und anderen Organisationen (Asterisk-Kriterium für ausbildungs- und berufsintegrierende Studiengänge, Franchise-Studiengänge)			X		

4.4 Sachausstattung

Für die Standorte Bielefeld, Köln und Hannover legt die Hochschule eine Aufstellung der Räume, ihrer Funktion und ihrer Größe vor. An allen Standorten ist ein Behinderten-WC vorhanden, und alle Räume sind barrierefrei zu erreichen. In allen Räumen und Verkehrsflächen ist der Internetzugang über WLAN möglich. Die Seminarräume sind i.Allg. mit Beamer, Whiteboard, Flipchart, Stellwänden, Stehpult und bei Bedarf mit EDV ausgestattet. Die EDV-

Räume verfügen über moderne Rechner. Laserdrucker können von jedem PC aus angesteuert werden. Weitere Rechnerpools sind mit je acht Standrechnern bestückt. In Bielefeld wurde für den Gestaltungsbereich 2008 ein EDV-Seminarraum mit fünfzehn Apple iMac-Rechnern eingerichtet. Alle Studierenden erhalten Zugang zum Campus-Management-System Trainex (s. Kapitel 3.4.2).

Der Gesamtbestand der Bibliotheken der FHM umfasst 6.881 Medieneinheiten. Die Bibliotheken befinden sich permanent im Aufbau. Die Bibliothek hält die gesamte Literatur vor, die in den Modulhandbüchern genannt wird. Die Studierenden können darüber hinaus auf die Bibliotheken der Universitäten Bielefeld und Köln, der FH Bielefeld sowie der Universitäts- und Stadtbibliothek Hannover zugreifen. Studierende können Neuanschaffungen vorschlagen, die in den meisten Fällen angeschafft werden. Die Bibliothek der FHM verfügt über ein computergestütztes Ausleihsystem. In den Beständen der FHM kann onlinegestützt orts- und zeitunabhängig recherchiert werden.

Zum Studienbeginn wird die FHM den Online-Zugang zu Fachliteratur ermöglichen. Derzeit befinden sich verschiedene Dienste, die den Zugriff auf Bücher und Fachaufsätze ermöglichen, in der Testphase.

Bewertung:

Quantität und Qualität der Lehrräume entsprechen den für den Studienbetrieb beschriebenen Notwendigkeiten. Die Räume und Zugänge sind behindertengerecht ausgestattet und barrierefrei erreichbar. Die Ausstattung entspricht modernen, multimedialen Anforderungen. Die Gutachter begrüßen, dass die FHM mit Trainex eine leistungsfähige IT-Plattform zur Verfügung stellt.

Die Bibliothek ist auch in der veranstaltungsfreien Zeit hinreichend lange geöffnet. Eine Grundausrüstung der Bibliothek ist in Form eines Präsenzbestandes vorhanden, der nach Auskunft der Hochschule auf Anforderung durch Lehrende oder Studierende erweitert wird. Ein Entwicklungskonzept für die Bibliothek liegt vor.

Der Zugang zu Literatur und Zeitschriften sowie digitalen Medien, z.B. elektronische Medien, Datenbanken, ist auf die Studieninhalte abgestimmt und auf dem aktuellen Stand. Ein Konzept für die weitere Entwicklung (Aktualisierung) liegt vor.

		Exzellent	Qualitätsanforderung übertroffen	Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
4.	Wissenschaftliches Umfeld und Rahmenbedingungen					
4.4	Sachausstattung			X		
4.4.1*	Quantität, Qualität sowie Media und IT-Ausstattung der Unterrichtsräume (Asterisk-Kriterium)			X		
4.4.2*	Ausstattung der Bibliothek (Asterisk-Kriterium)			X		
4.4.3	Anzahl und technische Ausstattung der Bibliotheksarbeitsplätze für Studierende			X		

4.5 Zusätzliche Dienstleistungen

Für die Bereiche Karriereberatung und Placement Service hat die FHM ein eigenes Career Service Center (CSC) eingerichtet. Das Programm des Career Service Center setzt bereits

im ersten Trimester an. Das Angebot des Career Service Center wird von erfahrenen Personalprofis und Hochschulpraktikern gestaltet. Mit regelmäßigen Sprechstunden in der Hochschule werden Hilfen zur Stellensuche und Bewerbung zur Verfügung gestellt. Das Angebot reicht von Kurzberatungen über die Korrektur von Bewerbungsunterlagen bis hin zu ausführlichen und individuellen Coachings. Auf Wunsch werden Vorstellungsgespräche simuliert und Auftreten und Outfit auf den Prüfstand gestellt.

Seit 2006 werden Kompetenzworkshops angeboten: Grundkompetenzen werden mit KODE© (Kompetenzdiagnostik und -entwicklung) erfasst, jeder Studierende kann den Kompetenzbereich stärken, für den ein Optimierungsbedarf festgestellt wurde.

Im Trimester-Programm des Career Service Center finden sich zu dem verschiedene Seminare und Workshops rund um die Themen Bewerbung und Karriere. Die Teilnehmer werden hierbei mit allen für die Karriere notwendigen Grundlagen, wie Rhetorik, Selbstpräsentation und Gehaltsverhandlung geschult. Die erlernten Techniken unterstützen das sichere Auftreten und sind gerade für den Berufseinstieg eine gute Basis. Spezielle Angebote für einzelne Studiengänge sind dabei vorgesehen, z.B. Sprechtrainings für den Studiengang Medienkommunikation & Journalismus.

Im hochschuleigenen Intranet („TraiNex“) steht jedem Studierenden neben diversen anderen Angeboten auch eine Unternehmensdatenbank zur Verfügung inkl. offener und zu besetzender Stellen. Außerdem wurde kürzlich ein Existenzgründungszentrum ins Leben gerufen und es gibt Vorlesungen zum Thema „Existenzgründung“.

Am 22. September 2003 wurde auf der konstituierenden Sitzung die Gründung des FHM-Alumni e.V. als Vereinigung der Absolventen der FHM vollzogen. Nahezu alle Absolventen des ersten Abschlussjahrgangs sind seitdem dem FHM-Alumni e.V. beigetreten. Der Verein konnte im vergangenen Jahr weitere Fördermitglieder gewinnen. Neben dem Neujahrsempfang, einer Exkursion zum größten deutschen Absolventenkongress in Köln und der Ausrichtung eines Alumni-Treffens betreibt der FHM-Alumni e.V. ein eigenes Online-Forum.

Jede Studiengruppe wird von einem hauptberuflichen Hochschullehrer der FHM als Studiengruppenbetreuer über das gesamte Studium begleitet. Dieser steht auch zur Unterstützung von Studierenden mit akuten Schwierigkeiten im Studienbetrieb zur Verfügung.

Bewertung:

Die Gutachter begrüßen, dass den Studierenden und Absolventen Karriereberatung und Placement Service angeboten werden. Ausreichende Ressourcen stehen hierfür zur Verfügung.

Als Netzwerk unter den Absolventen besteht eine Alumni-Organisation mit ca. 360 Mitgliedern.

Sozialberatung ist Bestandteil der Dienstleistung der Hochschule und wird durch die "Studiengruppenbetreuer" gewährleistet.

		Exzellent	Qualitätsanforderung übertroffen	Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
4.	Wissenschaftliches Umfeld und Rahmenbedingungen					
4.5	Zusätzliche Dienstleistungen			X		
4.5.1	Karriereberatung und Placement Service			X		
4.5.2	Alumni-Aktivitäten			X		
4.5.3	Personenbezogene Beratung und Betreuung der Studierenden			X		

4.6 Finanzplanung und Finanzierung des Studienganges (Asterisk-Kriterium)

Die FHM befindet sich seit ihrer Gründung im Jahr 2000 bis heute in wirtschaftlich stabilen Verhältnissen, und das jährliche wirtschaftliche Ergebnis der FHM ist heute positiv. Aufgrund des Wachstums der FHM haben die Gesellschafter die Bankbürgschaft zur finanziellen Absicherung des Studienbetriebs der FHM am 22. Oktober 2010 auf 1,6 Mio. Euro erhöht. Das Studium wird durch Studiengebühren finanziert.

Bewertung:

Aus Sicht der Gutachter ist die Finanzplanung logisch und nachvollziehbar. Das NRW Finanzministerium hat bestätigt, dass der Studiengang sich trägt. Ein aktueller Finanzplan liegt vor. Es existieren Vereinbarungen zur finanziellen Grundausstattung. Die Finanzierungssicherheit über den gesamten Akkreditierungszeitraum ist gegeben, so dass Studierende auf jeden Fall ihr Studium zu Ende führen können.

		Exzellent	Qualitätsanforderung übertroffen	Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
4.	Wissenschaftliches Umfeld und Rahmenbedingungen					
4.6*	Finanzplanung und Finanzierung des Studienganges (Asterisk-Kriterium)			X		

5. QUALITÄTSSICHERUNG

Die Hochschule hat sich im Hinblick auf Studium und Lehre die folgenden Qualitätsziele gesetzt:

- Berufsbefähigung/Employability der Studierenden
- Sicherstellung einer fachlich und didaktisch hochwertigen Lehre
- Gewährleistung einer hochwertigen Betreuung der Studierenden (beim Übergang von der Schule in das Studium, während des Studiums, beim Übergang vom Studium in den Beruf oder in ein weiterführendes Studium)
- Sicherstellung der Studierbarkeit des Studiums
- Hohe Zufriedenheit der Studierenden mit den Angeboten der FHM und Bindung der Studierenden an die FHM

Die Erreichung dieser Ziele wird nach eigenen Angaben hochschulweit mit einheitlichen kommunikativen und evaluativen Verfahren und Instrumenten überprüft. Die Hochschule hat eine Evaluationsordnung für Studium und Lehre erlassen und beschreibt die Verfahren für folgende Evaluierungen:

- Studieneingangsbefragungen,
- Studiengruppensitzungen (für alle Präsenzstudiengänge),
- Studiengruppensprechersitzungen (für Präsenzstudiengänge),
- studentische Lehrveranstaltungsbewertungen pro Trimester,
- Befragungen zur studentischen Arbeitsbelastung pro Trimester,
- Befragungen zum Verbleib der Absolventen nach Studienabschluss,
- Befragungen der Studierenden zur Bewertung der Studienbedingungen und
- weitere Befragungen (anlassbezogen).

Folgende statistische Kennzahlen und Daten werden u.a. erhoben: Abbrecherquote, Erfolgsquote, durchschnittliche Studiendauer, durchschnittliche Abschlussnote. Hieraus werden Erkenntnisse über die Erreichung der Qualitätsziele abgeleitet, aus denen das Rektorat oder der Dekan, unterstützt durch den Bereich "Programm- und Qualitätsentwicklung", Verbesserungsmaßnahmen ableiten. Ab 2011 werden die Daten in einem jährlichen Profilbericht dargestellt.

Qualitätssicherung durch das Lehrpersonal findet nach Aussage der Hochschule u.a. im Rahmen von Rektorats- und Fachbereichssitzungen, durch Rückkopplungsveranstaltungen mit externen Lehrbeauftragten sowie informell statt.

Die Hochschule legt dar, wie alle für den Studiengang relevanten Informationen dokumentiert und öffentlich zugänglich sind. Die Aktivitäten im Studienjahr werden jährlich in einem Lehr- und Forschungsbericht dokumentiert. Im Kapitel „Studium und Lehre“ werden die Entwicklungen in den Studiengängen und die Aktivitäten in den Bereichen Internationalisierung, Beratung und Betreuung, Stipendien und Qualitätssicherung dokumentiert. Der Bericht dient auch als Rechenschaftsbericht gegenüber dem Ministerium für Innovation, Wissenschaft und Forschung des Landes Nordrhein-Westfalen.

Bewertung:

Die Grundkonzeptionierung der Qualitätssicherung durch die Hochschule ist zu begrüßen. Die Gutachter loben, dass die Hochschule die Qualitätssicherungssysteme der Hochschule kontinuierlich weiterentwickelt. Zudem begrüßen sie, dass die Evaluations- und Monitoringergebnisse in einem Profilbericht dargestellt werden, was der fortlaufenden Weiterentwicklung des Studienganges dient und den Status quo des Erreichten dokumentiert. Die Hochschule hat Qualitätsziele für die Entwicklung von Studiengängen formuliert und überprüft ihre Umsetzung regelmäßig. Ihr System der Qualitätssicherung und -entwicklung ist umfassend konzipiert und berücksichtigt die für eine qualitätsvolle Entwicklung von Studiengängen relevanten Bereiche.

Es besteht ein Qualitätssicherungs- und -entwicklungsverfahren, das systematisch für eine kontinuierliche Überwachung und Weiterentwicklung der Qualität in Bezug auf Inhalte, Prozesse und Ergebnisse genutzt wird. Die Verantwortlichkeiten sind klar definiert.

Die Gutachter begrüßen, dass die Evaluation durch die Studierenden ein tragendes Element der Qualitätssicherung ist, die Ergebnisse kommuniziert werden und Eingang in den Prozess der Qualitätsentwicklung finden. Konkret auf den Studiengang bezogen empfehlen sie, die Studierenden auch nach der ausreichenden sächlichen Ausstattung zu befragen, da sie für die Erreichung der Qualifikationsziele von großer Bedeutung ist.

Die Qualitätssicherung durch das Lehrpersonal findet im Rahmen von internen Sitzungen und in unregelmäßigen Abständen im Zusammenhang mit der Evaluierung der Studierenden statt. Darüber hinausgehende institutionalisierte Maßnahmen und Instrumente der Qualitätssicherung finden nicht statt. An dieser Stelle sind beispielsweise Befragungen von Dozenten über die Vorbereitung und Mitwirkung der Studierenden im Rahmen der Lehrveranstaltungen sowie über die Qualität der Rahmenbedingungen für die Lehre und

Forschung denkbar und empfehlenswert. Fremdevaluationen als Bestandteil der eigenen hochschulinternen Qualitätssicherung finden nur durch Alumni statt.

Die Dokumentation des Studienganges ist transparent. Alle Interessenten wissen, welche Inhalte und welcher Aufwand zu bewältigen sind, bevor sie mit dem Studiengang beginnen. Die Anforderungen hinsichtlich Studiengang, Studienverlauf und Prüfungen sind durch geeignete Dokumentation und Veröffentlichung bekannt. Die Studierenden werden durch fachliche und überfachliche Beratung unterstützt. Der Jahresbericht enthält viele allgemeine Informationen zur Hochschulentwicklung. Die Aktivitäten im Studienjahr werden darin dokumentiert.

		Exzellent	Qualitätsanforderung übertroffen	Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
5.	Qualitätssicherung					
5.1*	Qualitätssicherung und -entwicklung der Hochschule und das Zusammenwirken zwischen Hochschulleitung und Fakultät/ Fachbereich sowie Studiengangsleitung in der Studiengangsentwicklung (Asterisk-Kriterium)			X		
5.2*	Qualitätssicherung und -entwicklung des Studienganges in Bezug auf Inhalte, Prozesse und Ergebnisse (Asterisk-Kriterium)			X		
5.3	Instrumente der Qualitätssicherung			X		
5.3.1	Evaluation durch Studierende			X		
5.3.2	Qualitätssicherung durch das Lehrpersonal			X		
5.3.3	Fremdevaluation durch Alumni, Arbeitgeber und weitere Dritte			X		
5.4	Dokumentation des Studienganges			X		
5.4.1	Beschreibung des Studienganges			X		
5.4.2	Dokumentation der Aktivitäten im Studienjahr			X		

Qualitätsprofil

Hochschule: Fachhochschule des Mittelstands (FHM), Standorte Bielefeld und Hannover

Bachelor-Studiengang: Marketingmanagement (B.A.)

Beurteilungskriterien

Bewertungsstufen

		Exzellent	Qualitäts- anforderung übertröffen	Qualitäts- anforderung erfüllt	Qualitäts- anforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
1.	Ziele und Strategie					
1.1*	Logik und Nachvollziehbarkeit der Zielsetzung des Studienganges			X		
1.2	Positionierung des Studienganges			X		
1.2.1	Positionierung im Bildungsmarkt			X		
1.2.2	Positionierung im Arbeitsmarkt für Absolventen („Employability“)			X		
1.2.3	Positionierung im strategischen Konzept der Hochschule			X		
1.3*	Internationale Ausrichtung			X		
1.4	Geschlechtergerechtigkeit und Chancengleichheit			X		
2	Zulassung (Bedingungen und Verfahren)					
2.1*	Zulassungsbedingungen			X		
2.2	Auswahlverfahren (falls vorhanden)			X		
2.3	Berufserfahrung (* für weiterbildenden Master-Studiengang)					X
2.4*	Gewährleistung der Fremdsprachenkompetenz					X
2.5	Transparenz und Nachvollziehbarkeit des Zulassungsverfahrens			Auflage		
2.6	Transparenz der Zulassungsentscheidung			X		
3.	Umsetzung					
3.1	Struktur			X		
3.1.1	Struktureller Aufbau des Studienganges (Kernfächer / ggf. Spezialisierungen (Wahlpflichtfächer) / weitere Wahlmöglichkeiten / Praxiselemente)			X		
3.1.2*	Berücksichtigung des „European Credit Transfer and Accumulation Systeme (ECTS)“ und der Modularisierung			X		
3.1.3*	Studien- und Prüfungsordnung			Auflage		
3.1.4*	Studierbarkeit			X		
3.2	Inhalte			X		
3.2.1*	Logik und konzeptionelle Geschlossenheit			X		
3.2.2*	Begründung der Abschlussbezeichnung			X		
3.2.3*	Begründung der Studiengangsbezeichnung			X		
3.2.4*	Integration von Theorie und Praxis			X		

		Exzellent	Qualitäts- anforderung übertroffen	Qualitäts- anforderung erfüllt	Qualitäts- anforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
3.2.5	Interdisziplinarität			X		
3.2.6	Methoden und wissenschaftliches Arbeiten			X		
3.2.7*	Prüfungsleistungen und Abschlussarbeit			X		
3.3	Internationalität			X		
3.3.1*	Internationale und interkulturelle Inhalte			X		
3.3.2	Internationalität der Studierenden				X	
3.3.3	Internationalität der Lehrenden			X		
3.3.4	Fremdsprachenanteil				X	
3.4	Zusätzlicher Qualifikations- und Kompetenzerwerb			X		
3.4.1*	Erwerb anwendungs- und/oder forschungsorientierter Kompetenzen (nur bei Master-Studiengang)			X		
3.4.2*	Überfachliche Qualifikationen			X		
3.4.3*	Kommunikationsfähigkeit und Rhetorik / Kooperations- und Konfliktfähigkeit			X		
3.5	Didaktisches Konzept			X		
3.5.1*	Logik und Nachvollziehbarkeit des didaktischen Konzeptes			X		
3.5.2	Begleitende Lehrveranstaltungsmaterialien			X		
3.5.3	Gastreferenten			X		
3.5.4	Tutoren im Lehrbetrieb					X
3.6*	Berufsqualifizierende Kompetenzen			X		
4.	Wissenschaftliches Umfeld und Rahmenbedingungen					
4.1	Lehrpersonal des Studienganges			X		
4.1.1*	Struktur und Anzahl des Lehrpersonals in Bezug auf die curricularen Anforderungen			X		
4.1.2*	Wissenschaftliche Qualifikation des Lehrpersonals			X		
4.1.3*	Pädagogische / didaktische Qualifikation des Lehrpersonals			X		
4.1.4	Praxiskenntnisse des Lehrpersonals			X		
4.1.5*	Interne Kooperation			X		
4.1.6*	Betreuung der Studierenden durch Lehrpersonal		X			
4.2	Studiengangsmanagement			X		
4.2.1*	Studiengangsleitung			X		
4.2.2	Verwaltungsunterstützung für Studierende und das Lehrpersonal			X		
4.2.3	Beratungsgremium (Beirat) und dessen Struktur und Befugnisse				X	

4.3	Kooperationen und Partnerschaften								
4.3.1	Kooperationen mit Hochschulen und anderen wissenschaftlichen Einrichtungen (* für Kooperationsstudiengänge)							X	
4.3.2	Kooperationen mit Wirtschaftsunternehmen und anderen Organisationen (* für ausbildungs- und berufsintegrierende Studiengänge, Franchise-Studiengänge)							X	
4.4	Sachausstattung							X	
4.4.1*	Quantität, Qualität sowie Media- und IT-Ausstattung der Unterrichtsräume							X	
4.4.2*	Ausstattung der Bibliothek							X	
4.4.3	Anzahl und technische Ausstattung der Bibliotheksarbeitsplätze für Studierende							X	
4.5	Zusätzliche Dienstleistungen							X	
4.5.1	Karriereberatung und Placement Service							X	
4.5.2	Alumni-Aktivitäten							X	
4.5.3	Personenbezogene Beratung und Betreuung der Studierenden							X	
4.6	Finanzplanung und Finanzierung des Studienganges							X	
5.	Qualitätssicherung								
5.1*	Qualitätssicherung und -entwicklung der Hochschule und das Zusammenwirken zwischen Hochschulleitung und Fakultät/Fachbereich sowie Studiengangsleitung in der Studiengangs-entwicklung							X	
5.2*	Qualitätssicherung und -entwicklung des Studienganges in Bezug auf Inhalte, Prozesse und Ergebnisse							X	
5.3	Instrumente der Qualitätssicherung							X	
5.3.1	Evaluation durch Studierende							X	
5.3.2	Qualitätssicherung durch das Lehrpersonal							X	
5.3.3	Fremdevaluation durch Alumni, Arbeitgeber und weitere Dritte							X	
5.4	Dokumentation des Studienganges							X	
5.4.1	Beschreibung des Studienganges							X	
5.4.2	Dokumentation der Aktivitäten im Studienjahr							X	

Beschlussempfehlung der FIBAA- Akkreditierungskommission für Programme

88. Sitzung am 26./27. September 2013

Projektnummer: 12/103

Hochschule: Fachhochschule des Mittelstands (FHM), Standort Köln

Studiengang: Marketingmanagement (B.A.)

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

Die bestehende Akkreditierung für den Bachelor-Studiengang Marketingmanagement wird gemäß 3.1.2. i.V.m. 3.2.1 der Regeln des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung i.d.F. vom 23. Februar 2012 mit einer Auflage um den Standort Köln erweitert.

Akkreditierungszeitraum: 30. August 2012 bis Ende Sommertrimester 2019

Auflage:

Die Hochschule muss anhand einer Lehrverflechtungsmatrix für den vorliegenden Studiengang nachweisen, dass Struktur und Anzahl des Lehrpersonals, auch unter Berücksichtigung der Mitwirkung in anderen Studiengängen, mit den Anforderungen des Studienganges korrespondieren und die landesrechtliche Vorgabe einer überwiegenden Lehrabdeckung durch hauptamtliches Lehrpersonal für den Studiengang umgesetzt ist (siehe Kap. 4, Rechtsquelle: Kriterium 2.6 „Ausstattung“ der Regeln des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung i.d.F. vom 23. Februar 2012 i.V.m. § 72 Abs. 1 Nr. 6 des Gesetzes über die Hochschulen des Landes Nordrhein-Westfalen i.d.F. vom 31. Oktober 2006).

Die Erfüllung der Auflage ist bis zum 27. Juni 2014 nachzuweisen.

Das Siegel des Akkreditierungsrates wird vergeben.

Gutachterbericht

Hochschule/Berufsakademie:

Fachhochschule des Mittelstands (FHM)
Standort Köln

Bachelor-Studiengang:

Marketingmanagement

Abschlussgrad:

Bachelor of Arts (B.A.)

Kurzbeschreibung des Studienganges:

Der Bachelor-Studiengang "Marketingmanagement" richtet sich an Studierende, die als Fach- und Nachwuchsführungskräfte und Selbständige die Vermarktung und den Vertrieb von Produkten und Dienstleistungen in der mittelständischen Wirtschaft professionell gestalten wollen. Den Studierenden werden neben grundlegendem betriebswirtschaftlichem Wissen und Fachwissen im Bereich Marketing und Vertrieb auch sozial-kommunikative Kompetenzen vermittelt.

Datum des Vertragsschlusses:

28. Februar 2012

(Antrag auf Erweiterung der bestehenden Akkreditierung am 15. November 2012)

Datum der Einreichung der Unterlagen:

12. März 2013

Datum der Begutachtung vor Ort (BvO):

28./29. Mai 2013

Akkreditierungsart:

Erweiterung der bestehenden Akkreditierung auf den Standort Köln

Akkreditiert im Cluster 2 mit:**Cluster 1:**

Physiotherapie (B.Sc.)

Heil- und Inklusionspädagogik (B.A.)

Sozialpädagogik und Management (B.A.)

Cluster 2:

Wirtschaftsingenieur (B.Sc.)

Banking and Finance (B.A.)

Fashion Management (B.A.)

Zuordnung des Studienganges:

grundständig

Studiendauer:

Vollzeit-Studium: 9 Trimester (3 Jahre)

Teilzeit-Studium: 12 Trimester (4 Jahre)

Studienform:

Vollzeit und Teilzeit

Dual/Joint Degree vorgesehen:

Nein

Erstmaliger Start des Studienganges:

Wintertrimester 2007/08

Wintertrimester 2012/13 am Standort Köln

Aufnahmekapazität:

max. 40 pro Gruppe

Start zum:

sowohl zum Wintertrimester als auch zum Sommertrimester

Zügigkeit (geplante Anzahl der parallel laufenden Jahrgänge):
nach Bedarf

Studienanfängerzahl:
10

Umfang der ECTS-Punkte des Studienganges:
180

Stunden (Workload) pro ECTS-Punkt:
25

Datum der Sitzung der FIBAA-Akkreditierungskommission:
26./27. September 2013

Beschluss:

Gutachterempfehlung: Die bestehende Akkreditierung für den Bachelor-Studiengang Marketingmanagement wird gemäß 3.1.2. i.V.m. 3.2.1 der Regeln des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung i.d.F. vom 23. Februar 2012 mit einer Auflage um den Standort Köln erweitert.

Akkreditierungszeitraum:

30. August 2012 bis Ende Sommertrimester 2019

Auflage:

Die Hochschule muss anhand einer Lehrverflechtungsmatrix für den vorliegenden Studiengang nachweisen, dass Struktur und Anzahl des Lehrpersonals, auch unter Berücksichtigung der Mitwirkung in anderen Studiengängen, mit den Anforderungen des Studienganges korrespondieren und die landesrechtliche Vorgabe einer überwiegenden Lehrabdeckung durch hauptamtliches Lehrpersonal für den Studiengang umgesetzt ist
(siehe Kap. 4, Rechtsquelle: Kriterium 2.6 „Ausstattung“ der Regeln des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung i.d.F. vom 23. Februar 2012 i.V.m. § 72 Abs. 1 Nr. 6 des Gesetzes über die Hochschulen des Landes Nordrhein-Westfalen i.d.F. vom 31. Oktober 2006).

Die Erfüllung der Auflage ist bis zum 27. Juni 2014 nachzuweisen.

Betreuerin:

Ass. jur. Karin Legerlotz

Gutachter:

Prof. Dr. Hans Peter Liebmann

Universität Graz

Strategisches Management, Internationales Marketing Management

Prof. Dr. Gerhard Raab

Fachhochschule Ludwigshafen

Bank- und Finanzwesen

Prof. Dr. –Ing. Alexander Büsgen

Hochschule Niederrhein

Fachbereich Textil- und Bekleidungstechnik

Prof. Dr. Uwe Koch

Fachhochschule Lübeck

Fachbereich Maschinenbau und Wirtschaftsingenieurwesen

Prof. Dr. Wannewetsch

Duale Hochschule Baden Württemberg

Logistik, Supply Chain Management

Dr. Heike Caspari

Sana Kliniken Kompetenzcenter, München

Human Resources Management, Marketing

Stefan Puderbach

Technische Universität Kaiserslautern

Studierender der Wirtschaftswissenschaften

Zusammenfassung²

Der Studiengang Marketingmanagement (B.A.) wurde bisher an den Standorten Bielefeld und Hannover angeboten und wird seit dem Wintersemester 2012/13 auch an dem Standort der Hochschule in Köln angeboten.

Bei der Bewertung wurden die Selbstdokumentation, die Ergebnisse der Begutachtung vor Ort und die Stellungnahme der Hochschule vom 09.09.2013 berücksichtigt.

Die Gegebenheiten am Standort Köln (hinsichtlich der qualitativen und quantitativen personellen, sächlichen und räumlichen Ausstattung) entsprechen für den Bachelor-Studiengang Marketingmanagement mit einer Ausnahme den Strukturvorgaben der Kultusministerkonferenz (KMK), den Anforderungen des Akkreditierungsrates sowie den Anforderungen des nationalen Qualifikationsrahmens in der zum Zeitpunkt der Verfahrenseröffnung geltenden Fassung. Die bestehende Akkreditierung kann von der Foundation for International Business Administration Accreditation (FIBAA) folglich unter einer Auflage auf das Angebot am Standort Köln erweitert werden.

Handlungsbedarf sehen die Gutachter in Bezug auf das Lehrpersonal. Die Gutachter sind der Ansicht, dass die aufgezeigten Mängel innerhalb von neun Monaten behebbar sind, weshalb sie eine Akkreditierung unter folgender Auflage empfehlen (vgl. Abs. 3.1.2 der Regeln des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung i.d.F. vom 23. Februar 2012):

Die Hochschule muss anhand einer Lehrverflechtungsmatrix für den vorliegenden Studiengang nachweisen, dass Struktur und Anzahl des Lehrpersonals, auch unter Berücksichtigung der Mitwirkung in anderen Studiengängen, mit den Anforderungen des Studienganges korrespondieren und die landesrechtliche Vorgabe einer überwiegenden Lehrabdeckung durch hauptamtliches Lehrpersonal für den Studiengang umgesetzt ist
(siehe Kap. 4, Rechtsquelle: Kriterium 2.6 „Ausstattung“ der Regeln des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung i.d.F. vom 23. Februar 2012 i.V.m. § 72 Abs. 1 Nr. 6 des Gesetzes über die Hochschulen des Landes Nordrhein-Westfalen i.d.F. vom 31. Oktober 2006).

Die Erfüllung der Auflage ist bis zum 27. Juni 2014 nachzuweisen.

Zur Gesamtbewertung siehe das Qualitätsprofil im jeweiligen Kapitel und im jeweiligen Gutachten zur bestehenden Akkreditierung.

² Lediglich zur Vereinfachung der Lesbarkeit des Gutachterberichtes erfolgt im Folgenden keine geschlechtsneutrale Differenzierung, sondern wird ausschließlich die männliche Form verwendet. Selbstverständlich ist seine Ausrichtung in jedem Fall geschlechtsunabhängig.

Darstellung und Bewertung im Einzelnen

6. Wissenschaftliches Umfeld und Rahmenbedingungen

6.1 Lehrpersonal des Studienganges

Bezüglich des Lehrpersonals des Bachelor-Studienganges führt die FHM aus, dass alle hauptberuflichen Professoren über eine qualifizierte Promotion und in der Regel über mehrjährige Führungstätigkeit in der Wirtschaft verfügen. Bei der Vergabe der Lehraufträge orientiert sich die Hochschule ferner immer an einer ausgewiesenen Expertise der externen Dozenten, die über einen qualifizierten Hochschulabschluss und ebenfalls eine herausragende Tätigkeit in Unternehmen, Institutionen o.ä. nachgewiesen werden muss.

Im Rahmen des Berufungsverfahrens wird auch die pädagogische Qualifikation des Lehrpersonals überprüft. Die studentische Lehrveranstaltungsevaluation soll ebenfalls der Feststellung der pädagogischen Qualifikation des Lehrpersonals dienen. Das Hochschuldidaktische Zentrum bietet darüber hinaus regelmäßig Schulungen zur pädagogischen Weiterbildung für alle Lehrenden an. Zusätzlich ermöglicht die zweimal jährlich stattfindende Hochschuldozenten-Konferenz einen aktiven Erfahrungsaustausch rund um die Lehre.

Die FHM legt nach eigenen Angaben großen Wert auf eine qualitativ hochwertige und individuelle Betreuung aller Studierenden. Um diese zu gewährleisten, sollen pro Studiengruppe nicht mehr als 40 Teilnehmer aufgenommen werden. Jeder Studiengruppe steht zudem ein Studiengruppenbetreuer aus dem Kreis der Hochschullehrer als kontinuierlicher Ansprechpartner zur Verfügung.

Für die fachliche Betreuung der Studierenden seien darüber hinaus alle im Studiengang Lehrenden verantwortlich. Alle Ansprechpartner stünden kurzfristig per Telefon, E-Mail oder TraiNex-Mail zur Verfügung. Die Studiengruppen und ihre Betreuer führen zudem regelmäßig Studiengruppensitzungen zur Klärung und Diskussion von aktuellen Themen durch. Die Studiengruppensprecher der einzelnen Studiengruppen treffen sich mit dem Dekanat bzw. der Standortleitung zu gesonderten Sitzungen.

Bewertung:

Die Gutachter konnten sich anhand der persönlichen Gespräche und anhand der eingereichten bzw. vorgelegten Curricula Vitae der hauptamtlichen Professoren und Lehrbeauftragten von der adäquaten wissenschaftlichen und didaktischen Qualifikation des für den Studiengang vorgesehenen Lehrpersonals überzeugen. Personalentwicklungsmaßnahmen wie beispielsweise Schulungen oder Weiterbildungen für die Dozierenden wie auch für die Verwaltung werden gefördert.

Die Gutachter erachten allerdings die Lehrveranstaltungsmatrix der FHM als nicht ausreichend transparent, um die Kapazitäten der Lehrenden zu erfassen bzw. um den tatsächlichen Anteil der Lehre darzustellen, die von hauptamtlichen Professoren je Studiengang getragen wird. In der Rubrik kumulierte Kontaktstunden pro Trimester werden, so die FHM, von der Gesamtsumme der Lehrveranstaltungen, die in einem Semester pro Studiengang gelehrt werden, diejenigen subtrahiert, die studiengangsübergreifend zusammengelegt werden. Diese werden damit lediglich in einem Studiengang ausgewiesen, in den anderen nicht. Demgegenüber wird jedoch das Lehrdeputat in Trimesterwochenstunden nicht kumuliert angezeigt. Die so ermittelte Prozentzahl spiegelt insofern nicht die Prozentzahl der Trimesterwochenstunden je Studiengang durch hauptamtliche Professoren gegenüber der Gesamtzahl der Trimesterwochenstunden je Studiengang korrekt wider, weil unterschiedliche Faktoren

miteinander in Bezug gesetzt werden. Die Hochschule hat bereits im Rahmen der Stellungnahme angekündigt die Lehrverflechtungsmatrix im Zuge der Neu-Erstellung für das aktuelle Cluster zu überarbeiten und nachzureichen.

Die Gutachter empfehlen diesbezüglich folgende **Auflage** auszusprechen:

Die Hochschule muss anhand einer Lehrverflechtungsmatrix für den vorliegenden Studiengang nachweisen, dass Struktur und Anzahl des Lehrpersonals, auch unter Berücksichtigung der Mitwirkung in anderen Studiengängen, mit den Anforderungen des Studienganges korrespondieren und die landesrechtliche Vorgabe einer überwiegenden Lehrabdeckung durch hauptamtliches Lehrpersonal für den Studiengang umgesetzt ist

(Rechtsquelle: Kriterium 2.6 „Ausstattung“ der Regeln des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung i.d.F. vom 23. Februar 2012 i.V.m. § 72 Abs. 1 Nr. 6 des Gesetzes über die Hochschulen des Landes Nordrhein-Westfalen i.d.F. vom 31. Oktober 2006).

Bedingt durch die geringe Größe des Standortes Köln und die dementsprechend sehr gute Betreuungsrelation von Studierenden und Dozenten gelingt eine vollumfängliche und intensive Betreuung der Studierenden als fester Bestandteil des Hochschullebens. Im Gespräch mit den Studierenden haben diese bestätigt, dass die Lehrenden jederzeit persönlich oder per E-Mail bzw. Telefon erreichbar sind und die Studierenden in akademischen und damit verbundenen Fragen unterstützen.

		Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
4.	Wissenschaftliches Umfeld und Rahmenbedingungen			
4.1	Lehrpersonal des Studienganges			
4.1.1	Struktur und Anzahl des Lehrpersonals in Bezug auf die curricularen Anforderungen		Auflage	
4.1.2	Betreuung der Studierenden durch das Lehrpersonal	x		

6.2 Studiengangsmanagement

Die FHM gibt an, dass die Dekanate das operative Studiengangsmanagement steuern, wobei durch die Verwaltung die Zeit- und Ressourcenplanung trimesterweise vorgenommen wird. Jede Studiengruppe eines Studienganges hat überdies einen Studiengruppenbetreuer.

Der Studiengang hat zusätzlich einen wissenschaftlichen Studienleiter, in dessen Verantwortung die permanente Überprüfung der Ziele und Inhalte und die curriculare Weiterentwicklung des Studienganges liegen.

Die Studiengangsleitung koordiniert den Angaben der FHM zufolge den gesamten Studien- und Prüfungsverlauf sowie die Dozenten in ihrem Einsatz. Nach Angaben der Hochschule findet ein reger Austausch mit den anderen Standorten in regelmäßigen Abständen in Form von vierwöchentlichen Fachbereichssitzungen und wöchentlichen Telefonterminen statt. Die Studiengangsleitung wird unterstützt durch ein professionelles Administrationsteam.

Die FHM formuliert ferner in ihrem Leitbild einen hohen Anspruch an Service- und Dienstleistungsorientierung. Die Verwaltungsunterstützung für Studierende umfasst dabei:

- Studienberatung und Studiensekretariat
- Kommunikationsplattform E-Campus TraiNex

- Studiengruppenbetreuung bei allen Fragen des Studiums durch hauptamtliche Professoren
- Kompetenzzentrum
- Bibliothek-Mediothek
- Career Service Center (CSC)
- Existenzgründungszentrum
- FHM-Alumni e.V.

Personalentwicklungsmaßnahmen wie beispielsweise Schulungen oder Weiterbildungen für die Dozierenden wie auch für die Verwaltung werden im Rahmen des hochschuldidaktischen Zentrums der FHM angeboten.

Bewertung:

Die Gutachter konnten sich vor Ort davon überzeugen, dass am Standort Köln die gleichen Standards wie an den anderen Standorten der FHM gelten. Auch hier koordiniert der Studiengangsleiter alle Abläufe im Studiengang und sorgt so für einen störungsfreien Ablauf des Studienbetriebes. Es bestehen somit keine Zweifel daran, dass die Studienorganisation die Umsetzung des Studiengangskonzepts gewährleistet. Auch die Abstimmung zwischen den Standorten ist gewährleistet.

Die Verwaltung und die Servicebereiche sind ausreichend und transparent ausgestattet. Von der Qualität der Leistungen konnten sich die Gutachter im Gespräch mit Studierenden und Verwaltungsmitarbeitern einen überzeugenden Eindruck verschaffen. Personalentwicklungsmaßnahmen wie beispielsweise Schulungen oder Weiterbildungen für die Dozierenden wie auch für die Verwaltung werden gefördert.

		Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
4.	Wissenschaftliches Umfeld und Rahmenbedingungen			
4.2	Studiengangsmanagement			
4.2.1	Studiengangsleitung und Studienorganisation	x		
4.2.2	Verwaltungsunterstützung für Studierende und das Lehrpersonal	x		

6.3 Kooperationen und Partnerschaften

Über die Kooperationen von der FHM mit Hochschulen und anderen wissenschaftlichen Netzwerken, die bereits bisher bzgl. des Studienganges Marketingmanagement bestehen, gibt es an dem Standort Köln eine Kooperation mit verschiedenen ortsansässigen Unternehmen wie z.B. RTL, Filmhaus Köln, Köln Kongress, Schokoladenmuseum Köln, Redaktionsbüro Wipperfurt, Köln Sport, Seconds (Stadtmagazin), Landessportbund, Sport Cast, Veltins, Verband deutscher Lokalzeitungen, Handwerkskammer zu Köln und die Wirtschaftsakademie am Ring.

Bewertung:

Kooperationen für den Studiengang Marketingmanagement mit anderen Hochschulen sowie Wirtschaftsunternehmen bestehen auch am Standort Köln. Sie werden für die Weiterentwicklung des Studienganges genutzt und haben einen großen Einfluss auf die Berufsbefähigung

der Studierenden. Die Kooperationen sind beschrieben und die zugrunde liegenden Vereinbarungen sind dokumentiert.

		Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
4.	Wissenschaftliches Umfeld und Rahmenbedingungen			
4.3	Kooperationen und Partnerschaften			
4.3.1	Kooperationen mit Hochschulen und anderen wissenschaftlichen Einrichtungen bzw. Netzwerken	x		
4.3.2	Kooperationen mit Wirtschaftsunternehmen und anderen Organisationen	x		

6.4 Sachausstattung

Der Campus der FHM an dem Standort Köln ist sehr zentral gelegen. Nach einem Umzug im September 2012 in ein größeres Gebäude stehen den Studierenden dort die folgenden Räumlichkeiten auf einer Gesamtfläche von 945 qm zur Verfügung:

- 10 Seminarräume
- 6 Büroräume
- 1 EDV/Medien-Seminarraum
- 1 Bibliothek mit Arbeitsplätzen
- Eingangsbereich mit Sitzplätzen und Infotainment
- 2 Aufenthaltsräume/ 2 Arbeits- und Besprechungsräume

Darüber hinaus sind Behinderten-WCs vorhanden und alle Räume sind barrierefrei zu erreichen.

In allen Räumen und Verkehrsflächen ist über WLAN der Internetzugang möglich (128 MBit/10 MBit-Standleitung). Alle Seminarräume sind mit Beamer, Whiteboard, Flipchart, Stellwänden, Stehpult und bei Bedarf mit EDV ausgestattet. 40 Laptops als Klassensatz sind vorhanden und verteilt auf 2 mobile Notebookschränke. Unter Windows 7 läuft dort Creative Suite 3 Design Premium von Adobe und Microsoft Office 2007. Die weitere Softwareausstattung entspricht der in Bielefeld. Die Rechner sind per WLAN ins Internet eingebunden. Den Studierenden stehen vier Internet-Arbeitsplätze mit angeschlossenem Laserdrucker zur freien Nutzung. Zusätzlich steht ein separater Schnittraum mit vier iMacs mit Adobe Creative Suite 6 Master Collection zur Verfügung. Die Media- und IT-Ausstattung ist am Standort in Köln erweitert worden auf 4 iMacs mit Adobe Creative Suite 6 Master Collection, 5 digitale Spiegelreflexkameras, 3 Videocams und neue Software.

Die Bibliothek der FHM an dem Standort Köln ist von Montag bis Freitag von 9:00 bis 12:00 Uhr und von 12:45 bis 17:00 Uhr geöffnet. Bei Bedarf werden die Öffnungszeiten verlängert. Bei Projekten ist die Bibliothek darüber hinaus auch am Wochenende nutzbar. Der Gesamtbestand der Bibliotheken der FHM umfasst 8.349 Medieneinheiten an den Standorten Bielefeld, Köln, Pulheim, Hannover und Rostock. Die Bibliotheken der FHM befinden sich permanent im Aufbau (Wachstumsrate des Bestands im letzten Jahr um 21 Prozent) und beinhalten einen medialen Grundbestand der aktuell zu unterrichtenden Module. Für alle Studierenden besteht des Weiteren die Möglichkeit, an allen Bibliotheks-Standorten der FHM Medien auszuleihen. Die Bibliothek hält alle Literatur vor, die von den Lehrenden im Rahmen der Modulhandbücher für die jeweiligen Module und Veranstaltungen angegeben sind. Studierende haben die Möglichkeit, Neuanschaffungen für die Bibliotheken vorzuschlagen, die in den meisten Fällen angeschafft werden. Durch die Einbindung der Bibliothek der Universität Köln können die Studierenden darüber hinaus auf umfassende Literatur zugreifen. Alle Stu-

diengruppen erhalten eine Einführungsveranstaltung sowohl in die FHM-Bibliothek als auch die Bibliothek der Universität Köln.

In den Beständen der FHM kann onlinegestützt orts- und zeitunabhängig recherchiert werden, über das sogenannte TraiNex. Hierüber kann der Bestand zentral für die Standorte Bielefeld, Köln, Pulheim, Hannover und Rostock geführt und verwaltet werden. Es wird eine Modulnavigation angeboten nach Medien, nach Rubriken, Stichwortsuche, Beschaffungsvorschlag. Zudem können über den E-Learning-Campus TraiNex weitere elektronische Bibliotheken und Suchmaschinen für die Suche wissenschaftlicher Veröffentlichungen erreicht werden.

Bewertung:

Die sachliche und räumliche Ausstattung der FHM am Standort Köln entspricht quantitativ und qualitativ den Anforderungen des Studienganges. Die Gutachter begrüßen insbesondere die den modernen und multimedialen Anforderungen entsprechende Ausstattung. Darüber hinaus sind die Unterrichtsräume behindertengerecht ausgestattet sowie barrierefrei erreichbar.

Der Bestand der Bibliothek an dem Standort Köln ist sehr überschaubar. Durch die Kooperation mit der Universität Köln erhalten die Studierenden aber einen ausreichenden Zugang zur notwendigen Literatur. Ferner ist die Bibliothek hinreichend lange geöffnet und es stehen genügend Bibliotheksarbeitsplätze zur Verfügung. Die Gutachter erachten allerdings die FHM-Bibliothek am Standort Köln noch als ausbaufähig und empfehlen der Hochschule, trotz der Kooperation mit der Universitätsbibliothek, am Ausbau der Bibliothek hinsichtlich Öffnungszeiten und Bestand, insbesondere im Hinblick auf eine Erweiterung auf elektronische Medien, festhalten.

		Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
4.	Wissenschaftliches Umfeld und Rahmenbedingungen			
4.4	Sachausstattung			
4.4.1	Quantität, Qualität der Unterrichtsräume	x		
4.4.2	Zugangsmöglichkeit zur erforderlichen Literatur	x		

6.5 Finanzplanung und Finanzierung des Studienganges

In einer Selbsterklärung erläutert die FHM, sie befinde sich seit ihrer Gründung im Jahr 2000 bis heute in wirtschaftlich stabilen Verhältnissen. Darüber hinaus verweist die Hochschule auf das Ergebnis des Gutachtens des Wissenschaftsrates zur institutionellen Akkreditierung der FHM. Zudem sei das jährliche wirtschaftliche Ergebnis der FHM positiv. Aufgrund des Wachstums der FHM haben die Gesellschafter die Bankbürgschaft zur finanziellen Absicherung des Studienbetriebs der FHM am 04. Dezember 2012 auf 2,091 Mio. Euro erhöht. Zudem gibt es einen Garantievertrag, der zwischen der Trägergesellschaft (Garantiegeberin) und der Hochschule als juristischen Person des privaten Rechts (Garantienehmerin) vereinbart wurde, und die für den Betrieb der Hochschule entstehenden Kosten in Form des Absicherungsbetrages gewährleistet. Das Studium selbst wird durch Studiengebühren finanziert. Diese betragen in dem Studiengang „Marketingmanagement“ derzeit bei einem Vollzeit-Studium 575,00 Euro pro Monat und bei einem Teilzeitstudium 435,00 Euro pro Monat zuzüglich einer einmaligen Prüfungsgebühr in Höhe von 500,00 Euro.

Bewertung:

Durch die von der Hochschule hinterlegte Bürgschaft, den Garantievertrag sowie die Studiengebühren ist eine finanzielle Grundausstattung der Hochschule vorhanden. Die Hochschule hat auch eine Selbsterklärung zur Finanzierungssicherheit für den aktuellen Studienzyklus sowie den gesamten Akkreditierungszeitraum gegeben.

		Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
4.	Wissenschaftliches Umfeld und Rahmenbedingungen			
4.5	Finanzplanung und Finanzierung des Studienganges		x	