

# Beschluss der FIBAA- Akkreditierungskommission für Programme

**92. Sitzung am 25./26. September 2014**

**Projektnummer: 14/016**

**Hochschule: Hochschule Neuss**

**Studiengang: Marketing and Communications Management (B.Sc.)**

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

Der Studiengang wird gemäß Abs. 3.1.2 i.V.m. Abs. 3.2.4 und 3.2.5 der Regeln des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung i.d.F. vom 20. Februar 2013 unter sechs Auflagen für fünf Jahre akkreditiert.

Akkreditierungszeitraum: 01. Oktober 2014 bis Ende Sommersemester 2019

Auflagen:

- Auflage 1: Der Abschluss und die Vorlage des Vertrages, den die Studierenden mit dem Kooperationspartner schließen, sind in die Zulassungsbedingungen der Bachelorprüfungsordnung zu integrieren.  
*(siehe Kapitel 2, Rechtsquelle: Abs. 2.8 der Regeln des Akkreditierungsrates)*

**Die Auflage ist erfüllt.**

**Die FIBAA-Akkreditierungskommission für Programme am 2. Oktober 2015**

- Auflage 2: Ein adäquates Auswahlverfahren ist durchzuführen, dessen Ergebnisse zahlenmäßig definiert sind.  
*(siehe Kapitel 2, Rechtsquelle: Abs. 2.3 der Regeln des Akkreditierungsrates)*

**Die Auflage ist erfüllt.**

**Die FIBAA-Akkreditierungskommission für Programme am 2. Oktober 2015**

- Auflage 3: In allen Modulbeschreibungen ist die Verwendbarkeit der Module innerhalb des Studienganges zu beschreiben.  
*(siehe Kapitel 3.1, Rechtsquelle: 1.1 i.V.m. 2d) der Rahmenvorgaben für die Einführung von Leistungspunktsystemen und die Modularisierung von Studiengängen)*

**Die Auflage ist erfüllt.**

**Die FIBAA-Akkreditierungskommission für Programme am 2. Oktober 2015**

- Auflage 4: Es ist eine rechtskräftige Bachelorprüfungsordnung vorzulegen, aus der die Bedingung der Mindestanzahl von 50 an der Hochschule Neuss zu erwerbenden ECTS-Punkten aus § 12 getilgt ist.  
*(siehe Kapitel 3.1, Rechtsquelle Ländergemeinsame Strukturvorgaben für die Akkreditierung von Bachelor- und Masterstudiengängen, Anlage Rahmenvorgaben für die Einführung von Leistungspunktsystemen und die Modularisierung von Studiengängen 1.2:*

*i.V.m. Gesetz zu dem Übereinkommen vom 11. April 1997 über die Anerkennung von Qualifikationen im Hochschulbereich in der europäischen Region, Artikel V. 1)*

**Die Auflage ist erfüllt.**

**Die FIBAA-Akkreditierungskommission für Programme am 26. Februar 2016**

- Auflage 5: Es sind Kriterien festzulegen, die in einem formal geregelten Auswahlprozess abzu prüfen sind, bevor mit einem Unternehmen eine Kooperation für das duale Studium geschlossen wird. Ferner ist sicherzustellen, dass Studierende ihr Studium auch dann abschließen können, wenn sie die Ausbildung abbrechen oder sich unerwartet Änderungen in der Kooperation zwischen Ausbildungsbetrieb und Hochschule ergeben.

*(Siehe Kapitel 4.3, Rechtsquelle: 1. Regeln des Akkreditierungsrates 2.6; 2. Handreichung der AG „Studiengänge mit besonderem Profilanspruch“ (Beschluss des Akkreditierungsrates vom 10. Dezember 2012) 1.5)*

**Die Auflage ist erfüllt.**

**Die FIBAA-Akkreditierungskommission für Programme am 26. Februar 2016**

- Auflage 6: Im Rahmen des Qualitätsmanagements der Hochschule ist 1. die Evaluation der Lehre so durchzuführen, dass belastbare Ergebnisse erzielt werden, um den den Modulen zugewiesenen Workload zu überprüfen und 2. die Unternehmensphasen des dualen Studiums in die studentische Evaluation einzubeziehen.

*(Siehe Kapitel 5, Rechtsquelle Abs. 2.9 der Regeln des Akkreditierungsrates i.V.m. der Handreichung der AG „Studiengänge mit besonderem Profilanspruch“ (Beschluss des Akkreditierungsrates vom 10. Dezember 2012) 1.7)*

**Die Auflage ist erfüllt.**

**Die FIBAA-Akkreditierungskommission für Programme am 26. Februar 2016**

Das Siegel des Akkreditierungsrates wird vergeben.

## Gutachten

---

---

**Hochschule:**

Hochschule Neuss für Internationale Wirtschaft GmbH

---

**Bachelor-Studiengang:**

Marketing and Communications Management

---

**Abschlussgrad:**

Bachelor of Science (B. Sc.)

# Allgemeine Informationen zum Studiengang

---

**Kurzbeschreibung des Studienganges:**

Der B.Sc.-Studiengang soll grundlegende Kenntnisse vermitteln, um einen Einstieg in Berufe im Zusammenhang mit dem Marketing, speziell im Bereich der Kommunikation bzw. Werbung zu ermöglichen. Das duale Studium mit seinen Arbeitsphasen im Unternehmen soll dabei die Orientierung an der Praxis stärken. Darüber hinaus ist es das Ziel der Hochschule, dass die Absolventen wissenschaftliche Methoden auch in der Theorie anwenden können, so dass Grundlagen für ein weiterführendes Studium gelegt werden. Das Studium soll zudem neben der Befähigung zum zivilgesellschaftlichen Engagement den Erwerb von Sozialkompetenzen gewährleisten, die gerade in den Zielberufen der Kommunikationsbranche notwendig sind.

---

**Zuordnung des Studienganges:**

grundständig

---

**Studiendauer:**

7 Semester

---

**Akkreditierungsart:**

Konzeptakkreditierung

---

**Studienform:**

dual

---

**Double/Joint Degree vorgesehen:**

nein

---

**Aufnahmekapazität:**

60

---

**Start zum:**

Wintersemester

---

**Erstmaliger Start des Studienganges:**

Wintersemester 2014/15

---

**Zügigkeit (geplante Anzahl der parallel laufenden Jahrgänge):**

einzigig

---

**Umfang der ECTS-Punkte des Studienganges:**

210

---

**Stunden (Workload) pro ECTS-Punkt:**

30

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

Am 28. Februar 2014 wurde zwischen der FIBAA und der Hochschule Neuss für Internationale Wirtschaft GmbH ein Vertrag über die Konzeptakkreditierung des Studienganges Marketing and Communications Management (B.Sc.) geschlossen. Maßgeblich für dieses Akkreditierungsverfahren sind somit die Regeln des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung i.d.F. vom 20. Februar 2013 und die Ländergemeinsamen Strukturvorgaben für die Akkreditierung von Bachelor- und Masterstudiengängen i.d.F. vom 4. Februar 2010. Am 01. April 2014 übermittelte die Hochschule einen begründeten Antrag, der eine Darstellung des Studienganges umfasst und das Einhalten der Kriterien für die Akkreditierung von Studiengängen dokumentiert.

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

**Prof. i. R. Dr. Reinhard Hünerberg**

Universität Kassel

Fachbereich 07 Wirtschaftswissenschaften / Institut für Betriebswirtschaftslehre / Professur für Marketing

**Prof. Dr. Norbert Drees**

Fachhochschule Erfurt / Fakultät Wirtschaft-Logistik-Verkehr / Fachrichtung Wirtschaftswissenschaften / Professur für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre insbesondere Marketingmanagement und Kommunikation

**Prof. Dr. Manfred Träger**

Duale Hochschule Baden-Württemberg / Rektor der DHBW Heidenheim / Professor für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, insbesondere Personalwirtschaftslehre

**Martina Kürig**

GLS Bank / Stuttgart, Freiburg

Teamleiterin Kreditbereich

**Karin Schönhofer**

Universität Wien

Kommunikationswissenschaften (M.A.)

FIBAA-Projektmanager:

Dr. Peter Hesse

Die Begutachtung beruht auf der Antragsbegründung, ergänzt um weitere, vom Gutachterteam erbetene Unterlagen, und einer Begutachtung vor Ort, die aus Sicht der Gutachter erforderlich war<sup>2</sup> und die am 17. Juni 2014 in den Räumen der Hochschule in Neuss durchgeführt wurde. Im selben Cluster wurden der Studiengang Advanced Management (M.Sc.) begutachtet. Zum Abschluss des Besuchs gaben die Gutachter gegenüber Vertretern der Hochschule ein kurzes Feedback zu ihren ersten Eindrücken.

---

<sup>1</sup> Lediglich zur Vereinfachung der Lesbarkeit des Fragen- und Bewertungskataloges erfolgt im Folgenden keine geschlechtsbezogene Differenzierung.

<sup>2</sup> Alle Gutachter haben sich für eine Begutachtung vor Ort ausgesprochen, da sie zu der Konzeption des Studienganges und zahlreichen Detailfragen Erläuterungsbedarf hatten, der sich besser im Rahmen einer solchen Begutachtung als in einer Telefonkonferenz klären ließ.

Das auf dieser Grundlage erstellte Gutachten wurde der Hochschule am 2. September 2014 zur Stellungnahme zugesandt. Die Hochschule übermittelte ihre Stellungnahme zum Gutachten am 12. September 2014; die Stellungnahme ist im vorliegenden Gutachten bereits berücksichtigt.

# Zusammenfassung

Der Studiengang Marketing and Communications Management (B.Sc.) der Hochschule Neuss für Internationale Wirtschaft GmbH entspricht mit sechs Ausnahmen den Strukturvorgaben der Kultusministerkonferenz (KMK), den Anforderungen des Akkreditierungsrates sowie den Anforderungen des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse in der zum Zeitpunkt der Verfahrenseröffnung geltenden Fassung. Er ist modular gegliedert, mit ECTS-Punkten versehen und schließt mit dem akademischen Grad „Bachelor of Science“ ab. Der Grad wird von der Hochschule verliehen.

Der Bachelor-Studiengang erfüllt somit mit einigen Ausnahmen die Qualitätsanforderungen für Bachelor-Studiengänge und kann von der Foundation for International Business Administration Accreditation (FIBAA) im Auftrag der Stiftung zur Akkreditierung von Studiengängen in Deutschland für einen Zeitraum von fünf Jahren ab dem 01. Oktober 2014 bis zum Ende des Wintersemesters 2019/20 unter sechs Auflagen akkreditiert werden.

Handlungsbedarf sehen die Gutachter in Bezug auf die Zulassungsbedingungen, das Auswahlverfahren, die Modulbeschreibungen, die Studien- und Prüfungsordnung, die Kooperation mit Wirtschaftsunternehmen sowie die Qualitätssicherung des Studienganges. Die Gutachter sind der Ansicht, dass die aufgezeigten Mängel innerhalb von neun Monaten behebbar sind, weshalb sie eine Akkreditierung unter folgenden Auflagen empfehlen (vgl. Abs. 3.1.2 der Regeln des Akkreditierungsrates):

- Auflage 1: Der Abschluss und die Vorlage des Vertrages, den die Studierenden mit dem Kooperationspartner schließen, sind in die Zulassungsbedingungen der Bachelorprüfungsordnung zu integrieren.  
*(siehe Kapitel 2, Rechtsquelle: Abs. 2.8 der Regeln des Akkreditierungsrates)*
- Auflage 2: Ein adäquates Auswahlverfahren ist durchzuführen, dessen Ergebnisse zahlenmäßig definiert sind.  
*(siehe Kapitel 2, Rechtsquelle: Abs. 2.3 der Regeln des Akkreditierungsrates)*
- Auflage 3: In allen Modulbeschreibungen ist die Verwendbarkeit der Module innerhalb des Studienganges zu beschreiben.  
*(siehe Kapitel 3.1, Rechtsquelle: 1.1 i.V.m. 2d) der Rahmenvorgaben für die Einführung von Leistungspunktsystemen und die Modularisierung von Studiengängen)*
- Auflage 4: Es ist eine rechtsgeprüfte Bachelorprüfungsordnung vorzulegen, aus der die Bedingung der Mindestanzahl von 50 an der Hochschule Neuss zu erwerbenden ECTS-Punkten aus § 12 getilgt ist.  
*(siehe Kapitel 3.1, Rechtsquelle Ländergemeinsame Strukturvorgaben für die Akkreditierung von Bachelor- und Masterstudiengängen, Anlage Rahmenvorgaben für die Einführung von Leistungspunktsystemen und die Modularisierung von Studiengängen 1.2: i.V.m. Gesetz zu dem Übereinkommen vom 11. April 1997 über die Anerkennung von Qualifikationen im Hochschulbereich in der europäischen Region, Artikel V. 1)*
- Auflage 5: Es sind Kriterien festzulegen, die in einem formal geregelten Auswahlprozess abzuprüfen sind, bevor mit einem Unternehmen eine Kooperation für das duale Studium geschlossen wird. Ferner ist sicherzustellen, dass Studierende ihr Studium auch dann abschließen können, wenn sie die Ausbildung abbrechen oder sich unerwartet Änderungen in der Kooperation zwischen Ausbildungsbetrieb und Hochschule ergeben.  
*(Siehe Kapitel 4.3, Rechtsquelle: 1. Regeln des Akkreditierungsrates 2.6; 2. Handreichung der AG „Studiengänge mit besonderem Profilsanspruch“ (Beschluss des Akkreditierungsrates vom 10. Dezember 2012) 1.5)*
- Auflage 6: Im Rahmen des Qualitätsmanagements der Hochschule ist 1. die Evaluation der Lehre so durchzuführen, dass belastbare Ergebnisse erzielt werden, um den den

Modulen zugewiesenen Workload zu überprüfen und 2. die Unternehmensphasen des dualen Studiums in die studentische Evaluation einzubeziehen.  
(*Siehe Kapitel 5, Rechtsquelle Abs. 2.9 der Regeln des Akkreditierungsrates i.V.m. der Handreichung der AG „Studiengänge mit besonderem Profilanspruch“ (Beschluss des Akkreditierungsrates vom 10. Dezember 2012) 1.7*)

Die Erfüllung der Auflagen ist bis zum 30. Juni 2015 nachzuweisen.

Zur Gesamtbewertung siehe das Qualitätsprofil im Anhang.



# Informationen

## Informationen zur Institution

Die Hochschule Neuss (HN) für Internationale Wirtschaft ist eine staatliche anerkannte Fachhochschule in privater Trägerschaft, die zum Wintersemester 2009/10 den Studienbetrieb aufgenommen hat. Sie hat es sich zum Ziel gesetzt, Fach- und Führungskräfte für die Region auszubilden.

Derzeit sind 177 Studierende an der Hochschule eingeschrieben, die folgende grundständige Studiengänge absolvieren:

- International Industry and Trade Management
- Logistics and Supply Chain Management and Engineering
- International Management and Engineering
- International Management and Information Systems

Das Angebot soll zum Wintersemester 2014/15 erweitert werden um die Studiengänge Marketing and Communications Management (B.Sc.) und Advanced Management (M. Sc.), so dass sich folgendes Angebot ergibt:

HOCHSCHULE NEUSS FÜR INTERNATIONALE WIRTSCHAFT					
SCHOOL OF COMMERCE		SCHOOL OF LOGISTICS		SCHOOL OF ENGINEERING	
International Industry and Trade Management	Marketing and Communications Management	Logistics and Supply Chain Management	Logistics and Supply Chain Management	International Management and Engineering	International Management and Information Systems
B. Sc. (dual)	B. Sc. (dual)	B. Sc. (dual)	B. Sc. (berufsbegleitend)	B. Sc. (dual)	B. Sc. (dual)
Advanced Management M. Sc.					

Die Hochschule will Studium und Beruf sinnvoll miteinander verknüpfen. Ein besonders zentrales Anliegen der Hochschule ist es, die Studierenden in ihren akademischen Fähigkeiten so zu fördern, dass sie die erworbenen wissenschaftlichen Kenntnisse und Fertigkeiten in ihrem Beruf unmittelbar umsetzen und anwenden können.

Die Studiengänge sind daher sämtlich anwendungsorientiert. Das Studium erfolgt dual. Für den Studiengang „Logistics and Supply Chain Management“ besteht zusätzlich die Möglichkeit eines berufsbegleitenden Studiums.

Für die Umsetzung des dualen Studiums, jedoch auch um den regionalen Wissenstransfer zu fördern, kooperiert die Hochschule mit ca. 160 Unternehmen, von denen die meisten in der Region Niederrhein angesiedelt sind.

Außerdem unterhält die Hochschule Kooperationen mit Fachorganisationen wie der Bundesvereinigung für Logistik, dem Verband Spedition und Logistik, der Logistik Akademie, dem Berlitz Institut und ausgewählten Berufskollegs.

# Darstellung und Bewertung im Einzelnen

## 1 Ziele und Strategie

### 1.1 Logik und Nachvollziehbarkeit der Zielsetzung des Studienganges

Der Studiengang soll die Absolventen befähigen, Positionen vor allem in den Bereichen Werbung, PR und weiteren Berufen der Marketing- und Medienbranche, gegebenenfalls auch auf dem Sektor des Projektmanagements und der Beratung in IT-Unternehmen zu übernehmen. Die Berufsqualifizierung soll durch den praxisintegrierenden Aufbau des Studienganges unterstützt werden.

Um dem gerecht zu werden, will der Studiengang folgende Kompetenzziele erreichen:

#### Fachübergreifendes Wissen:

Absolventen besitzen ein breites integriertes Wissen im Bereich der wissenschaftlichen Grundlagen ihres Studiums. Sie können Elemente und Kommunikationsstrukturen von Unternehmen und Betrieben in ihren Zusammenhängen verstehen. Sie sind befähigt, deren Umfeld (Wirtschaft, Umwelt, Werte, Normen, Recht, Politik, Gesellschaft und Technologie) einzuordnen. Weiterhin können sie Konzepte und Instrumente des Managements (Prozesse und Verfahren der Kommunikation und der Führung von Organisationen) erklären und bewerten. Die auftretenden Aufgaben können in den wirtschaftlich-rechtlichen Kontext eingeordnet werden.

#### Fachwissen:

Absolventen verfügen zudem über ein kritisches Verständnis der wichtigsten Theorien und Methoden der Wirtschaft und insbesondere der Kommunikation. Eine Wissensvertiefung erfolgt in den Bereichen aller Kommunikationsaktivitäten von der Informationsermittlung über Planung sowie Realisierung / Organisation bis zur Kontrolle. Dabei geht es sowohl um strategische Entscheidungen wie die Segmentierung als auch um operative Entscheidungen, die sich auf den Einsatz von Marketinginstrumenten beziehen. Die Absolventen sind mit den spezifischen Anforderungen des Marketing- und Medienmanagements vertraut und in der Lage, Lösungsansätze zu entwickeln und einzusetzen.

#### Befähigung zur Aufnahme einer qualifizierten Erwerbstätigkeit:

Absolventen können ihr Wissen in ihrem Beruf direkt anwenden und Argumente in ihrem Fachgebiet nachvollziehen und zur Diskussion beitragen sowie auf dieser Grundlage Problemlösungen erarbeiten. Zu diesem Zweck sind sie in quantitativen und qualitativen Methoden (Analyse, Synthese, Problemerkennntnis und -lösung, Planung und Organisation, Handhabung von Informationstechnik und Aufbereitung von Informationen, Kenntnisse zweier Fremdsprachen) geschult worden.

#### Wissenschaftliche Befähigung:

Die Absolventen sind nicht nur in der Lage, relevante Informationen zu sammeln, zu interpretieren und zu bewerten, sie können auch wissenschaftlich Diskussionen nachverfolgen und selbst fundierte Urteile ableiten. Sie sind in der Lage, fachbezogene Positionen und Problemlösungen zu formulieren und argumentativ zu verteidigen, und lernen, sich mit Fachvertretern auszutauschen. Die Grundlagen für eine weitergehende praktisch-wissenschaftliche Qualifizierung sind gelegt.

#### Befähigung zum gesellschaftlichen Engagement und zur Persönlichkeitsentwicklung:

Die Absolventen sind dazu angehalten, dass in die Ergebnisse ihres Arbeitens ethische Erkenntnisse einfließen. So sind ihnen die durchaus fließenden Grenzen, die in diesem Zusammenhang durch die Praxis der Werbung überschritten werden können, bewusst. Sie werden

in verschiedenen Modulen angeleitet, Verantwortung zu übernehmen. Zudem tragen die Praxisphasen in den Unternehmen zur Persönlichkeitsentwicklung bei. Insbesondere das Auslandssemester schärft ihren Blick für Kulturen, Sitten und Gebräuche anderer Länder.

## Bewertung:

Das Studiengangskonzept orientiert sich an Qualifikations- und Kompetenzziele. Diese umfassen fachliche und überfachliche Wissensbereiche. Die Gutachter empfehlen der Hochschule jedoch, im Konzept des Studienganges klassische Marketingbereiche wie Marktforschung, Produkt- und Preispolitik stärker zu gewichten, damit die Schwerpunktsetzung Marketing und Kommunikation, welche durch die Bezeichnung des Studienganges hervorgehoben sind, eine stärkere Entsprechung in den Studieninhalten erfahren. Das Konzept des Studienganges bezieht sich ferner auf die Bereiche wissenschaftliche Befähigung, die Befähigung zum gesellschaftlichen Engagement und die Persönlichkeitsentwicklung. Der Studiengang ist zudem auf die Aufnahme einer qualifizierten Erwerbstätigkeit ausgerichtet.

		Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
<b>1.</b>	<b>Ziele und Strategie</b>			
1.1	Logik und Nachvollziehbarkeit der Zielsetzung des Studiengangskonzeptes	X		

## 1.2 Studiengangprofil (sofern vorgesehen – nur relevant für Master-Studiengang)

Nicht relevant, weil Bachelor-Studiengang.

		Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
<b>1.</b>	<b>Ziele und Strategie</b>			
1.2	Studiengangprofil			X

## 1.3 Geschlechtergerechtigkeit und Chancengleichheit

Den Angaben der Hochschule zufolge verpflichtet sie sich zu Geschlechtergerechtigkeit und zur Durchsetzung der allgemeinen Diskriminierungsverbote. Dies beinhaltet, dass Studierende jederzeit den Prüfungsausschuss der jeweiligen School über Versäumnisse informieren und gegen Entscheidungen Widerspruch einlegen können.

Die Hochschule erklärt ferner, dass für behinderte Studierende ein Nachteilsausgleich hinsichtlich zeitlicher und formaler Vorgaben im Studium und bei allen Leistungsnachweisen gemäß den Vorgaben des Hochschulgesetzes des Landes Nordrhein-Westfalen besteht. Im Rahmen von Eignungsfeststellungsverfahren soll dies auf individueller (Fall-)Basis sichergestellt werden. Regelungen zum Nachteilsausgleich für den Bachelor-Studiengang finden sich in der PO § 13 Abs. 2 bis 5. Grundsätzlich soll das Prüfungsamt eine Einzelfallprüfung vornehmen, in der die Gesamtumstände berücksichtigt werden.

Nach Angaben der Hochschule Neuss soll die Geschlechtergerechtigkeit durch ein umfangreiches Gleichstellungskonzept und eine Gleichstellungsbeauftragte realisiert werden. Die Hochschule ist nach eigenen Angaben bestrebt, den Anteil weiblicher Studierender auf 50 %

zu erhöhen, wozu durch die Abteilung Recruiting entsprechende Maßnahmen eingeleitet und überwacht werden sollen.

## Bewertung:

Die Hochschule fördert im Rahmen des Studienganges die Geschlechtergerechtigkeit und die Durchsetzung der allgemeinen Diskriminierungsverbote.

Ein Anspruch auf Nachteilsausgleich im Falle von gesundheitlicher Beeinträchtigung oder Behinderung, der Pflege innerhalb der Familie und der Erziehung von Kindern ist sowohl im Eignungsfeststellungsverfahren als auch bei allen studienbegleitenden und abschließenden Leistungsnachweisen gegeben.

		Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
<b>1.</b>	<b>Ziele und Strategie</b>			
1.3	Geschlechtergerechtigkeit und Chancengleichheit	X		

## 2 Zulassung (Zulassungsprozess und -Verfahren)

Zulassungsbedingung ist gemäß der Bachelorprüfungsordnung der Nachweis der Fachhochschulreife oder einer gleichwertigen Leistung.

Weitere Voraussetzung für die Einschreibung ist der Nachweis ausreichender Fremdsprachenkenntnisse in Englisch mit dem Niveau B2. Hat der Bewerber die Hochschulzugangsberechtigung nicht an einer deutschsprachigen Einrichtung erworben, sind ausreichende Deutschkenntnisse nachzuweisen, gegebenenfalls durch den erfolgreichen Abschluss der deutschen Sprachprüfung für den Hochschulzugang (DSH – Stufe 2).

Da es sich um ein duales Studium handelt, setzt die Hochschule nach ihren Angaben den Abschluss eines Praktikums-, Ausbildungs- oder Arbeitsvertrages bei Antritt des Studiums voraus. Der Vertrag soll sichern, dass der Studierende seine Studienanteile am Lernort Betrieb absolvieren kann. Die Studierenden bewerben sich entweder selbständig bei Ausbildungs- oder Unternehmensunternehmen oder erhalten hierbei Unterstützung durch die Hochschule. Für den Fall, dass eine Kooperation mit einem Partnerunternehmen während des Studiums erlischt, gibt die Hochschule an, für den betroffenen Studierenden ein neues Unternehmen zu suchen, damit er das duale Studium fortsetzen kann.

Voraussetzung für die Aufnahme eines Studiums ist nach den Ausführungen der Hochschule ein dreistufiges, erfolgreich absolviertes Auswahlverfahren. Dazu gehören:

1. Die Prüfung der Hochschulzugangsberechtigung anhand der Unterlagen, die der Bewerber einreicht.
2. Das Aufnahmegespräch, in dem geprüft wird, ob der Bewerber die Bereitschaft hat, den Unterrichtsstoff in der vorgegebenen Zeit zu bewältigen, die im fachwissenschaftlichen Studium geforderten qualitativen Leistungen zu erbringen, die Lernorte Hochschule und Betrieb nach den Vorgaben zu wechseln, das Gelernte jeweils am anderen Ort anzuwenden, die Fremdsprachenkenntnisse zu erweitern, sogenannte Soft Skills auszubilden, ein Auslandssemester zu planen und zu absolvieren, die Prüfungen und eine praxisrelevante Abschlussarbeit innerhalb der Regelstudienzeit abzuschließen.
3. Der Potentialworkshop, bei dem die Bewerber durch einen schriftlichen Test, eine Fallstudienarbeit auf englischer Textgrundlage mit anschließender Präsentation in der Gruppe und ein individuelles Feedback-Gespräch zeigen sollen, ob sie über das notwendige Vorwissen, das fachliche Verständnis und Interesse am Studium verfügen, ausreichende Sprachkenntnisse in den Lehrsprachen Deutsch und Englisch mitbringen und sich über einen längeren Zeitraum hinweg konzentriert ihrem Studium widmen können.

Die Einladung zu Aufnahmegespräch und Potentialworkshop erfolgt nach Bestehen der vorherigen Stufen im Auswahlverfahren schriftlich, ebenso die Absagen im Falle des Nichtbestehens. Im Rahmen des Potentialworkshops benotet die Hochschule den schriftlichen Test nach Richtigkeit und Vollständigkeit gemäß einer Musterlösung. Die Präsentation wird mit Hilfe eines standardisierten Fragebogens von zwei erfahrenen Beobachtern unabhängig voneinander bewertet, die neben dem Prüfer des schriftlichen Tests auch das Feedbackgespräch führen. Im Anschluss an das Feedbackgespräch geben die Prüfer sofort ihre Entscheidung bekannt. Auch hier wird eine Absage schriftlich bestätigt. Der Nachteilsausgleich für behinderte Studierende ist durch die Bachelorprüfungsordnung geregelt.

## Bewertung:

Die Zulassungsbedingungen sind durch die Bachelorprüfungsordnung größtenteils definiert und nachvollziehbar. Dabei berücksichtigt die Hochschule die nationalen Vorgaben. Allerdings wird die Voraussetzung eines Abschlusses eines Praktikums-, Ausbildungs- oder Arbeitsvertrages bei Antritt des Studiums nur in der Selbstdokumentation der Hochschule beschrieben; diese Zulassungsvoraussetzung ist jedoch nicht in einer Hochschulordnung verankert. Daher empfehlen die Gutachter die **Auflage**, dass die Hochschule Abschluss und Vorlage des Vertrages, den die Studierenden mit dem Kooperationspartner schließen, in die Bachelorprüfungsordnung integriert. Denn laut Abs. 2.8 der Regeln des Akkreditierungsrates sind die vollständigen Zulassungsvoraussetzungen zu dokumentieren und zu veröffentlichen.

Was die Regelungen für die Studierenden im Fall des Erlöschens einer Kooperation mit einem Partnerunternehmen anbelangt, verweisen die Gutachter auf ihre Ausführungen unter Punkt 4.3 in diesem Gutachten.

Für das Auswahlverfahren ist der Nachteilsausgleich für behinderte Studierende geregelt. Die Gutachter bemängeln jedoch, dass das Auswahlverfahren nicht transparent gestaltet ist. Der Bewertungsbogen für das Auswahlgespräch führt lediglich zu einem subjektiven, jedoch nicht in Zahlen erfassbaren und statistisch auswertbaren Ergebnis. Die Gutachter empfehlen daher die **Auflage**, dass die Hochschule ein adäquates Auswahlverfahren festzulegen hat, dessen Ergebnisse zahlenmäßig definiert sind (*Rechtsquelle: Abs. 2.3 der Regeln des Akkreditierungsrates*).

Die Fremdsprachenkompetenz sichert die Hochschule, indem sie Englischkenntnisse voraussetzt, die im Rahmen der Hochschulzugangsberechtigung in Form einer Fachhochschulreife ohnehin erreicht sind. Zusätzlich verschafft sich die Hochschule im Auswahlverfahren informell einen Überblick über diese Kenntnisse.

Die Auswahlentscheidung ist transparent. Sie wird dem Bewerber sogleich im Anschluss an das Auswahlverfahren mündlich mitgeteilt und begründet sowie im Nachgang schriftlich bestätigt.

		Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
<b>2.</b>	<b>Zulassung (Zulassungsprozess und -verfahren)</b>			
2.1	Zulassungsbedingungen		Auflage	
2.2	Auswahlverfahren (falls vorhanden)		Auflage	
2.3	Berufserfahrung (relevant für weiterbildenden Master-Studiengang)			X
2.4	Gewährleistung der Fremdsprachenkompetenz	X		
2.5	Transparenz der Zulassungsentscheidung	X		

## 3 Konzeption des Studienganges

### 3.1 Umsetzung

Der Studiengang erstreckt sich über sieben Semester. Insgesamt sollen 210 Credit Points erreicht werden. Jedes Modul umfasst fünf Credit Points. Lediglich auf die Bachelor-Arbeit, die in der Regel innerhalb von zwölf Wochen zu verfassen ist, entfallen 12 Credit Points, auf das „Thesis Propädeutikum“ und das Kolloquium zusammen 3 Credit Points und auf das Auslandssemester 30 Credit Points. Sämtliche Module werden innerhalb eines Semesters mit einer Prüfung abgeschlossen, die sich an den Qualifikationszielen orientiert. Durchschnittlich sollen die Studierenden 30 Credits pro Semester erwerben. Ein Credit Point entspricht dabei einem Workload von 30 Stunden. Insgesamt umfasst der Studiengang also pro Semester 900 Arbeitsstunden.

Das Auslandssemester findet im 6. Semester statt. Die Anerkennung der im Ausland erbrachten Studien- und Prüfungsleistungen ist per learning agreement mit den ausländischen Hochschulen geregelt. Die Hochschule berät den Studierenden bei der Wahl der ausländischen Hochschule und der zu absolvierenden Kurse. Die Auswahl muss der Studierende sich von der Hochschule genehmigen lassen.

Die Module sind nach den Informationen der Hochschule in verschiedene Kategorien eingeteilt, von denen die Kernfächer (wirtschaftliche Grundlagen und Fachwissen) 57 % des Studiums ausmachen, während die Spezialisierung einen Anteil von 31 % hält. Die übrigen 12 % verwendet die Hochschule auf ergänzende Kompetenzbereiche.

Im Rahmen von 10 Modulen (17 %) sind die Studierenden nach Angabe der Hochschule angehalten, deren Inhalte vor dem Hintergrund des Unternehmens, in dem sie tätig sind, zu reflektieren und dies als Gegenstand einer Hausarbeit oder einer schriftlicher Präsentation innerhalb der Modulprüfung wiederzugeben.

Die Modulbeschreibungen enthalten Angaben zu den Inhalten, den Lehr- und Lernmethoden, mit denen die Inhalte vermittelt und aufgenommen werden sollen, und zu den Qualifikationszielen, die darlegen, welche Kenntnisse und Fertigkeiten die Studierenden nach Abschluss des Moduls erworben haben sollen. Zudem finden sich Angaben zu folgenden Punkten: Fachsemester, Dauer, Verwendbarkeit für andere Studiengänge, Zugangsvoraussetzungen, Modulverantwortlicher, Hochschullehrer, ECTS, Workload, Semesterwochenstunden, Lehrsprache, Prüfungsart, Gewichtung der Note, Inhalte, modulgruppenspezifischen Kompetenzen und Literatur.

Nach Angaben der Hochschule ist die Ausbildung der Studierenden an zwei Lernorten das Ziel des Studiums. Dreimonatige Theoriephasen in der Hochschule wechseln mit dreimonatigen Praxisphasen in den Unternehmen ab. Die Theoriephasen vermitteln den Studierenden Methodik und fachliches Wissen, das vor realen und praktischen Kontexten angewendet und vertieft werden soll. Während der Praxisphasen fertigen die Studierenden Hausarbeiten bzw. Referate an, deren Aufgabenstellungen die Hochschule entwickelt und vor der Praxisphase den Studierenden mitteilt. So ergibt sich eine enge Verzahnung von Theorie und Praxis. Das wissenschaftliche Personal betreut nach Angaben der Hochschule auch während der Praxisphasen die Arbeiten der Studierenden sowohl wissenschaftlich als auch inhaltlich.

Das Ministerium für Innovation, Wissenschaft und Forschung des Landes NRW hat eine Rechtsprüfung der Bachelorprüfungsordnung durchgeführt. Die strukturellen Vorgaben des Studienganges betreffend enthält sie Regelungen zu den folgenden Punkten:

- Zugangsvoraussetzungen
- Gliederung des Studiums
- Modularisierung und ECTS
- Regelstudienzeit
- obligatorisches Auslandssemester
- Prüfungsleistungen bezüglich der Module und des Examens
- Ermittlung relativer ECTS

Die Bachelor-Prüfungsordnung enthält ferner Regelungen zum Nachteilsausgleich für Behinderte oder chronisch Kranke. Sind sie nicht in der Lage, eine Prüfung ganz oder teilweise in der vorgesehenen Form abzulegen, gestattet das Prüfungsamt die Erbringung gleichwertiger Studien- und/oder Prüfungsleistungen in einer bedarfsgerechten Form. Die Nachteilsausgleiche umfassen flexible Regelungen zu Prüfungszeitraum sowie Veränderung der Studien- und Prüfungsleistungen. Es ist festgelegt, dass die Maßnahmen sich nicht auf die Bewertung auswirken und nicht in Leistungsnachweise oder Zeugnisse aufgenommen werden dürfen.

Gemäß der Prüfungsordnung ist für die Anerkennung von Studienzeiten und Prüfungsleistungen, die im Ausland erworben wurden, der Prüfungsausschuss der Hochschule zuständig. Sofern er keine wesentlichen Unterschiede der im Ausland erbrachten Leistungen zu den im Studiengang vorgesehenen Leistungen feststellt, sind diese Leistungen anzuerkennen. Die Beweislast liegt bei der Hochschule. Gemäß § 12 der Bachelor-Prüfungsordnung müssen jedoch mindestens 50 Credit Points an der Hochschule Neuss erworben werden.

Hinsichtlich der Studierbarkeit verweist die Hochschule auf ihre Eingangsvoraussetzungen, bei denen unter anderem das Interesse und die Fähigkeiten der Studierenden bezüglich der Inhalte, die im Studium vermittelt werden sollen, geprüft werden, um die Grundvoraussetzungen für ein erfolgreiches Studium zu gewährleisten.

Die Lehrveranstaltungen finden den Informationen der Hochschule zufolge während der dreimonatigen Theoriephasen an drei Arbeitstagen während der Woche statt. Zwei Tage bleiben komplett für die Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen frei.

Modulprüfungen finden nach Angabe der Hochschule am Ende der Vorlesungszeit statt. Demnach werden maximal vier Klausuren (jeweils 100 Minuten) geschrieben. Mindestens eine Modulprüfung ist jeweils in Form einer Hausarbeit und in Form einer schriftlichen Präsentation abzulegen. Nach- und Wiederholungsprüfungen finden in der Regel zwischen Ende des ersten und der Mitte des zweiten Monats der Vorlesungszeit außerhalb des regulären Betriebs der Lehrveranstaltungen statt. Das Dekanat hält Studienberatungen, das Prüfungsamt Prüfungsberatungen ab. Die zurzeit einzige Studierende mit einer Behinderung an der Hochschule wird fachlich und prüfungstechnisch besonders betreut.

## Bewertung:

In der Struktur des Studienganges halten die Gutachter das Verhältnis von Kernfächern, Spezialisierungen und Wahlfächern für angemessen gewichtet. Die Struktur dient damit der Zielsetzung des Studienganges und fördert den an der Zielsetzung orientierten Kompetenzerwerb der Studierenden.

Das Prinzip der Modularisierung, der Credit Points, der relativen Notenvergabe nach ECTS und der Workload-Vorgaben ist realisiert. Die Module schließen in der Regel jeweils mit einer das gesamte Modul umfassenden Prüfung ab. Die Modulbeschreibungen sind ausreichend hinsichtlich des Detaillierungsgrades der Lernziele (Learning Outcomes) und des Kompetenzerwerbs. Allerdings werden in den Modulbeschreibungen nicht alle von der Kultusministerkonferenz vorgegebenen Punkte berücksichtigt. So ist zwar die Verwendbarkeit für andere Studiengänge benannt, nicht aber die Verwendbarkeit innerhalb des Studienganges. Die Gutachter empfehlen daher die **Auflage**, in allen Modulbeschreibungen die Verwendbarkeit der

Module innerhalb des Studienganges zu beschreiben (*Rechtsquelle: 1.1 i.V.m. 2d) der Rahmenvorgaben für die Einführung von Leistungspunktsystemen und die Modularisierung von Studiengängen*).

Eine Prüfungsordnung ist vorhanden. Sie wurde einer Rechtsprüfung unterzogen. Die strukturellen Vorgaben für den Studiengang sind, unter Berücksichtigung der nationalen und landesspezifischen Vorgaben, größtenteils umgesetzt. Anerkennungsregeln für außerhochschulisch erbrachte Leistungen sind festgelegt. Dabei trifft die Hochschule adäquate Regelungen zum Nachteilsausgleich für Studierende mit Behinderung. Da die Module jeweils innerhalb eines Semesters abgeschlossen werden, ist die Mobilität der Studierenden hinsichtlich des Auslandssemesters gesichert. Die Gutachter monieren jedoch, dass die Bachelorprüfungsordnung in § 12 vorsieht, dass 50 Credit Points an der Hochschule Neuss erbracht werden müssen.

Hinsichtlich dieses Paragraphen empfehlen die Gutachter, die **Auflage** auszusprechen, dass eine rechtskräftige Bachelorprüfungsordnung vorzulegen ist, aus der der genannte Passus getilgt ist. Die Bestimmung kommt einer Mindeststudienzeit an der Hochschule Neuss gleich, die sich nicht vereinbaren lässt mit der Auslegung der Lissabon Konvention durch den Akkreditierungsrat, wonach das einzige Kriterium, das bei der Versagung der Anrechnung von außerhalb der Hochschule erworbenen ECTS-Punkten greift, das der wesentlichen Unterschiede in den Kompetenzen ist. (*Rechtsquelle 1: Ländergemeinsame Strukturvorgaben, Anlage Rahmenvorgaben für die Einführung von Leistungspunktsystemen und die Modularisierung von Studiengängen 1.2; Rechtsquelle 2: Absatz 2.5 der Regeln des Akkreditierungsrates*)

Die Studierbarkeit wird durch die Berücksichtigung der erwarteten Eingangsqualifikationen, eine geeignete Studienplangestaltung, eine inhaltlich adäquate und belastungsangemessene Prüfungsdichte und -organisation gewährleistet. Die Studierenden in anderen Studiengängen haben angegeben, dass sie sich von den Hochschulgremien, aber auch von Dozentenseite gut betreut fühlen. Die Belange von Studierenden mit Behinderung werden berücksichtigt.

		Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
<b>3.</b>	<b>Konzeption des Studienganges</b>			
3.1	Struktur			
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		Auflage	
3.1.3	Studien- und Prüfungsordnung		Auflage	
3.1.4	Studierbarkeit	X		

## 3.2 Inhalte

Die folgende Curriculumsübersicht gibt einen Überblick über das Studium:



### 1. Semester

Modul Nr.	Modul	Credit Points in Semester							Workload			Prüfungsleistung des Moduls (Dauer in Min) sowie Prüfungsform	Gewicht für Gesamtnote
		1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	Stunden Präsenzstudium	Stunden Selbststudium	Praxiszeit		
M1	Management Grundlagen	5							44	16	90	Praxisreflexion	5 / 210
												Hausarbeit	
M2	Wirtschaftsmathematik	5							44	106	0	Klausur	5 / 210
												100 min.	
M3	Wissenschaftliches Arbeiten	5							44	106	0	Klausur	5 / 210
												100 min.	
M4	Projektmanagement	5							44	106	0	Klausur	5 / 210
												100 min.	
M5	Personal Management Skills	5							44	16	90	Praxisreflexion	5 / 210
												Referat	
M6	Kommunikationsgrundlagen	5							44	106	0	Klausur	5 / 210
												100 min.	
gesamt 1. Semester									264	456	180		

### 2. Semester

M7	Mikroökonomie	5							44	106	0	Klausur	5 / 210
												100 min.	
M8	Rechnungswesen	5							44	106	0	Klausur	5 / 210
												100 min.	
M9	Statistik	5							44	106	0	Klausur	5 / 210
												100 min.	
M10	Web/Publishing und Printtechnik	5							44	16	90	Praxisreflexion	5 / 210
												Referat	
M11	Business Englisch I	5							44	106	0	Klausur	5 / 210
	Level B2											100 min.	
M12	Marketinggrundlagen	5							44	16	90	Praxisreflexion	5 / 210
												Hausarbeit	
gesamt 2. Semester									264	456	180		

### 3. Semester

M13	Makroökonomie		5						44	16	90	Praxisreflexion	5 / 210
												Referat	
M14	Rechtliche und steuerliche Rahmenbedingungen		5						44	106	0	Klausur	5 / 210
												100 min.	
M15	Informationsmanagement		5						44	16	90	Praxisreflexion	5 / 210
												Hausarbeit	
M16	Visuelle Kommunikation		5						44	106	0	Klausur	5 / 210
												100 min.	
M17	Business Englisch II		5						44	106	0	Klausur	5 / 210
	Level C1											100 min.	
M18	Kundenmanagement		5						44	106	0	Klausur	5 / 210
												100 min.	
gesamt 3. Semester									264	456	180		

### 4. Semester

M19	Ressourcenmanagement			5					44	106	0	Klausur	5 / 210
												100 min.	
M20	Global Markets and Strategy			5					44	16	90	Praxisreflexion	5 / 210
												Referat	
M21	Organisational Behaviour I			5					44	16	90	Praxisreflexion	5 / 210
	Individuelle Wahrnehmung und Motivation, Teamwork und Führung											Hausarbeit	
M22	Wahlfachfremdsprache I			5					44	106	0	Klausur	5 / 210
	Level A1 oder A2											100 min.	
M23	Mediamanagement			5					44	106	0	Klausur	5 / 210
												100 min.	
M24	Markenmanagement			5					44	106	0	Klausur	5 / 210
												100 min.	
gesamt 4. Semester									264	456	180		

### 5. Semester

M25	Werbe-, Wettbewerbs-, Urheber- und Medienrecht				5				44	106	0	Klausur	5 / 210
												100 min.	
M26	Organisational Behaviour II				5				44	16	90	Praxisreflexion	5 / 210
	Corporate Culture and ethics, Change Management											Referat	
M27	Wahlfachfremdsprache II				5				44	106	0	Klausur	5 / 210
	Level A2 oder B1											100 min.	
M28	Online Marketing and Social Media				5				44	16	90	Praxisreflexion	5 / 210
												Hausarbeit	
M29	E-Commerce				5				44	106	0	Klausur	5 / 210
												100 min.	
M30	Fallstudienprojekt				5				8	142	0	Hausarbeit	5 / 210
	Gruppenarbeit: Trendskouting, Newsletter												
gesamt 5. Semester									228	492	180		

### 6. Semester - Auslandssemester

<b>A1</b>	<b>Ökonomie und Unternehmensführung</b>							5	44	106	0		5 / 210
	gemäß Angebot, genehmigt durch Dekan/Prüfungsamt												Klausur, Hausarbeit oder Präsentation
<b>A2</b>	<b>Analyse und Anwendungsmethodik</b>							5	44	106	0		5 / 210
	gemäß Angebot, genehmigt durch Dekan/Prüfungsamt												Klausur, Hausarbeit oder Präsentation
<b>A3</b>	<b>Kommunikation und Organisation</b>							10	88	212	0		10 / 210
	gemäß Angebot, genehmigt durch Dekan/Prüfungsamt												Klausur, Hausarbeit oder Präsentation
<b>A4</b>	<b>Marketing- and Communications Management</b>							10	88	212	0		10 / 210
	gemäß Angebot, genehmigt durch Dekan/Prüfungsamt												Klausur, Hausarbeit oder Präsentation
<b>gesamt 6. Semester</b>									<b>264</b>	<b>636</b>	<b>0</b>		

### 7. Semester

<b>M32</b>	<b>Wahlfachmodul I: Kreativität</b>							5	44	106	0	<b>Präsentation</b>	<b>5 / 210</b>
	Storeplanning und Produktdesign												
	oder Kunst- und Architekturgeschichte												
<b>M33</b>	<b>Wahlfachmodul II: Management</b>							5	44	106	0	<b>Präsentation</b>	<b>5 / 210</b>
	Wirtschaftspsychologie												
	oder Qualitätsmanagement												
<b>M34</b>	<b>Wahlfachmodul III: Strukturen</b>							5	44	106	0	<b>Präsentation</b>	<b>5 / 210</b>
	Agenturen und Netzwerke												
	oder Unternehmenskommunikation												
<b>M35</b>	<b>Thesispropädeutikum und Kolloquium und Bachelorarbeit</b>							3	13	77	0	<b>Kolloquium</b>	<b>3 / 210</b>
<b>M36</b>	<b>Bachelorarbeit</b>							12	0	360	0	<b>Bachelorarbeit</b>	<b>12 / 210</b>
<b>gesamt 7. Semester</b>									<b>145</b>	<b>755</b>	<b>0</b>		

<b>Summe</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>1693</b>	<b>3707</b>	<b>900</b>	
<b>ECTS</b>	<b>210</b>							<b>180</b>	<b>30</b>		

14%

Die Module bauen nach Angaben der Hochschule aufeinander auf und verweisen aufeinander. Inhalte des einen sollen Voraussetzung bzw. Unterstützung bei der Absolvierung eines anderen Moduls sein, das in einem der folgenden bzw. parallel im selben Semester besucht wird. Der Studiengang soll den Studierenden eine grundlegende betriebswirtschaftliche Ausbildung bieten, die vor allem in der ersten Studiehälfte stattfindet. Nach Information der Hochschule entspricht dieser Grundkanon in seiner Zusammensetzung demjenigen der übrigen Studiengänge, die die Hochschule anbietet. Die zu absolvierenden Kurse entsprechen den üblicherweise angebotenen betriebswirtschaftlichen Grundlagen. Beispiele sind Mathematik und Statistik, Informationsmanagement und das Rechnungswesen, aber auch Recht und Statistik sowie Managementgrundlagen. Hinzu kommen weitere Fächer wie etwa Volkswirtschaftslehre und auch Soft Skills (Personal Management Skills) und Sprachkurse. In diesem Zusammenhang sind auch Wissenschaftliches Arbeiten und Projektmanagement zu erwähnen. Bereits früh wird auch auf die Spezialisierung Marketing und Communications abgestellt, indem Fächer wie Kommunikationsgrundlagen, Marketinggrundlagen, Kundenmanagement, Web-Publishing, visuelle Kommunikation eingeführt werden.

Ab dem 4. Semester erfolgt dann die weitergehende Schwerpunktsetzung in den Bereichen Marketing und Communications, die dem Studiengang seinen Namen gegeben haben. Hinzu treten weitere Kurse, die eine Weiterführung zuvor behandelter Bereiche darstellen bzw. wesentliche Ergänzungen zum Schwerpunktbereich sind. Beispiele sind Ressourcenmanagement, Organisational Behaviour, Global Markets and Strategy. Auf neuere Entwicklungen speziell im Kommunikationsbereich gehen Module wie E-Commerce, Online-Marketing und Media-Management ein.

Das 6. Semester ist für das Auslandsstudium vorgesehen. Die Hochschule gibt für diesen Studienabschnitt vier weitgefaste Gebiete vor, die der Student durch Wahl aus den entsprechenden Lehrangeboten der gewählten Partnerhochschule zu Teilen ausfüllen soll. Damit wird gewährleistet, dass der Student ein sinnvolles Angebot im Ausland absolvieren kann und mit den besonderen Programm-Gegebenheiten der ausländischen Partnerhochschule zurechtkommt.

Das 7. Semester, das dann wieder in der Hochschule Neuss stattfindet, dient der Vorbereitung und Erstellung der Bachelor-Thesis und bietet Kurse in drei Wahlfachmodulen an

Insgesamt soll der Studiengang eine grundlegende Ausbildung auf den Feldern Ökonomie und Unternehmensführung sowie Kommunikation und Marketing bieten, die durch Auslandssemester, Fallstudienprojekt, verschiedene Wahlfachmodule und ergänzende Kompetenzbereiche (wissenschaftliches Arbeiten, Business English I und II sowie zwei Module zu Wahlfremdsprachen) abgerundet werden soll.

Die Abschlussbezeichnung Bachelor of Science (B.Sc.) entspricht nach Angaben der Hochschule der inhaltlichen Ausrichtung des Studienganges. Quantitative oder empirische sozialwissenschaftliche Methoden und Fragestellungen sollen in großen Teilen der Kernfächer eine erhebliche Bedeutung haben. Zudem sollen Instrumente und Maßnahmen aus dem Bereich Marketing und Kommunikation immer jeweils vor dem Hintergrund ihrer Effektivität und Effizienz betrachtet und analysiert werden. Damit sind nach Angabe der Hochschule das Erlernen und Anwenden quantitativer und empirischer Untersuchungen und das Bilden von Kennzahlen verbunden; hinzu treten Methoden der Marktforschung. Außerdem sollen zwei Wahlfachmodule (Management Issues, Structural Issues) eine quantitative Ausrichtung besitzen. Schließlich soll die Bachelor-Thesis quantitative bzw. empirische Analysen umfassen.

Die Bezeichnung „Marketing and Communications Management“ bildet nach Angabe der Hochschule die Kerncharakteristika des Studienganges ab. Durch den Studiengang sollen die Studierenden ein grundsätzliches Verständnis von Kommunikationsbeziehungen und -wirkungen erwerben. Sie sollen im Unternehmen, durch seine Marketingmaßnahmen und innerhalb des Unternehmensumfelds verstanden und analysiert werden. Management, das ebenfalls Bestandteil der Bezeichnung des Studienganges ist, besteht laut Angaben der Hochschule im Umsetzen und Anwenden der an der Hochschule erlernten Analysemethoden und Werkzeuge im betrieblichen Alltag.

Die Modulprüfungen und die Abschlussarbeit sollen der Feststellung dienen, ob bzw. in welchem Grad die Lernziele und Kompetenzen erreicht werden, die in den Modulbeschreibungen beschrieben sind. Modulprüfungen bestehen in Klausuren, Präsentationen oder Hausarbeiten, wie aus der obigen Curriculumsübersicht hervorgeht.

In der Bachelor-Arbeit sollen die Studierenden zeigen, dass sie in der Lage sind, innerhalb einer vorgegebenen Frist ein praxisrelevantes Problem selbstständig nach wissenschaftlichen Methoden zu erarbeiten und eine aus Sicht der Praxis und der wissenschaftlichen Theorie gleichermaßen befriedigende Lösung zu erarbeiten. Die Module „Wissenschaftliches Arbeiten“ und „Thesis Propädeutikum“ sollen den Studierenden auf die Bachelor-Arbeit vorbereiten. Bewertungsrichtlinien und Bewertungsbogen sind ihnen nach Angabe der Hochschule vor Beginn der Arbeit bekannt.

## **Bewertung:**

Das Curriculum trägt den Zielen des Studienganges grundsätzlich angemessen Rechnung. Die Module sind inhaltlich ausgewogen angelegt und in der Reihenfolge und Anordnung, wie der Vortrag der Studiengangsleiterin zeigte, sinnvoll miteinander verknüpft. Die vorgesehenen Learning Outcomes entsprechen den im Qualifikationsrahmen für deutsche Hochschulabschlüsse vorgesehenen Kompetenzen und Fähigkeiten. Das Modul „Wissenschaftliches Arbeiten“ sichert die wissenschaftliche Befähigung der Studierenden und bereitet auf einen ausreichenden Qualifikations- und Kompetenzerwerb vor, der durch das Studiengangskonzept gewährleistet ist. Dies gilt auch in Bezug auf das Angebot an Kernfächern bzw. Spezialisierungsfächern. Durch letztere ist eine Orientierung im Studiengang gemäß den individuellen Präferenzen der Studierenden möglich. Jedoch sprechen die Gutachter der Hochschule gegenüber die dringende Empfehlung aus, zu prüfen, ob der Studiengang wirklich sämtliche Grundlagen eines betriebswirtschaftlichen Studienganges in den Bereichen Marketing einschließlich Marktforschung, Produkt- und Preispolitik sowie der darüber hinausgehenden Managementlehre angemessen abdeckt. Ihrer Ansicht nach könnten einige dieser Bereiche eine

stärkere Entsprechung im Studium erfahren, wie auch in Kapitel 1.1 dieses Gutachtens bemerkt.

Die Abschlussbezeichnung ist nicht evident falsch. Jedoch sprechen die Gutachter der Hochschule gegenüber die dringende Empfehlung aus, zu prüfen, ob die quantitative Komponente in der Studienpraxis den Stellenwert hat, wie er in der Selbstdokumentation dargelegt ist. Ein B.A. wäre auf jeden Fall zutreffend.

Die Studiengangsbezeichnung entspricht der inhaltlichen Ausrichtung und den nationalen Vorgaben. Sie ist nicht evident falsch. Jedoch empfehlen die Gutachter, dass die Hochschule überdenkt, ob nicht Composita wie „Marketing Communication“ oder „Market Communication“ oder sogar „Market Communication Management“ bzw. eine deutschsprachige Bezeichnung Zweck und Ausrichtung des Studienganges besser begrifflich fassen würden.

Die Konzeption des Studienganges sieht wissens- und kompetenzorientierte Modulprüfungen vor. Die vorgesehenen Prüfungsformen gewährleisten bei entsprechender Umsetzung der Konzeption das Erreichen der formulierten Qualifikationsziele. Entsprechendes gilt für die vorgesehene Bachelor-Arbeit. Die Realisierung des Prüfungskonzeptes, insbesondere die gewünschte Qualität der Prüfungsleistungen, ist bei einer Re-Akkreditierung zu überprüfen

		Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
<b>3.</b>	<b>Konzeption des Studienganges</b>			
3.2	Inhalte	X		
3.2.1	Logik und konzeptionelle Geschlossenheit des Curriculums	X		
3.2.2	Begründung der Abschlussbezeichnung	X		
3.2.3	Begründung der Studiengangsbezeichnung	X		
3.2.4	Prüfungsleistungen und Abschlussarbeit	X		

### 3.3 Kompetenzerwerb für anwendungs- und / oder forschungsorientierte Aufgaben (sofern vorgesehen – nur bei Master-Studiengang)

Nicht relevant, weil Bachelor-Studiengang.

		Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
<b>3.</b>	<b>Konzeption des Studienganges</b>			
3.3	Kompetenzerwerb für anwendungs- und / oder forschungsorientierte Aufgaben (sofern vorgesehen – nur bei Master-Studiengang)			X

### 3.4 Didaktisches Konzept

Allgemein verpflichtet sich die Hochschule zu einer akademischen Lehre, die sich eng an den Erfordernissen der Unternehmenspraxis orientiert. Demgemäß soll das duale Studium so kon-

zipt sein, dass die in den Veranstaltungen der Hochschule gelernten Inhalte in den Praxisphasen innerhalb des Unternehmens erprobt und angewandt werden. Eine Reihe von Modulen soll auf diese Vorgehensweise ausgerichtet sein. Das gelernte Wissen soll sich so nochmals als Erfahrungswert verfestigen.

Das didaktische Konzept sieht ferner aktives Lernen in kleinen Gruppen von höchstens 30 Studierenden vor. Dabei sollen zeitgemäße IT-basierte Lernmethoden zum Einsatz kommen, die zugleich überfachliche Qualifikationen fördern sollen. E-Learning und kollaboratives Lernen (CSCL) nennt die Hochschule als Beispiele, durch die IT-Kompetenzen erworben werden sollen, die für das Berufsleben bedeutsam sind.

Die Hochschule gibt an, in ihren Veranstaltungen das Konzept des „Lebendigen Lernens“ anzuwenden: Dazu gehören zum einen gruppenbezogenes Lernen mit Teamarbeit in Fallstudien und Simulationen mit Videofeedback, zum anderen problemlösungsorientiertes Lernen durch Training überfachlicher Kompetenzen in Planspielen sowie praxisorientierte Lernarrangements im Berufsfeld und über praxisnahe Projekte.

Die Lehr- und Lernmaterialien sollen in quantitativer und qualitativer Hinsicht dem laut Modulplan geforderten Niveau entsprechen. Der Stoff soll zumeist auf Basis von Powerpoint-Folien vermittelt werden, die den Studierenden in der Regel vor den Veranstaltungen zur Verfügung stehen. Die Unterlagen werden nach Angaben der Hochschule regelmäßig, zumeist fortlaufend anhand aktueller Informationen aus wissenschaftlichen Medien aktualisiert. Die Integration von Forschung und Lehre soll anhand der Einbringung der Ergebnisse konkreter Forschungsprojekte der beteiligten Hochschullehrer (und ggf. Studierenden) in die Lehre erfolgen.

## Bewertung:

Prägend für das didaktische Konzept ist die Dualität des Studiums. In diesem Sinne sieht das didaktische Konzept Transfermodule vor, die Theorie und Praxis miteinander verzahnen. Gemäß der thematischen Ausrichtung des Studiums kommen die modernen Medien gezielt zum Einsatz. Das didaktische Konzept ist beschrieben, logisch nachvollziehbar und auf das Studiengangsziel hin ausgerichtet. Im Studiengang sind adäquate Lehr- und Lernformen vorgesehen. Da es sich um eine Konzeptakkreditierung handelt, lagen noch keine Lehrveranstaltungs-materialien vor. Jedoch konnten sich die Gutachter von der Qualität solcher Materialien an der Hochschule überzeugen, indem sie Unterlagen von vergleichbaren, bereits laufenden Studiengängen einsahen.

		Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
<b>3.</b>	<b>Konzeption des Studienganges</b>			
3.4	Didaktisches Konzept	X		
3.4.1	Logik und Nachvollziehbarkeit des didaktischen Konzeptes	X		
3.4.2	Begleitende Lehrveranstaltungsmaterialien	X		

## 3.5 Berufsqualifizierende Kompetenzen

Anwendungs- und Praxisbezug des Studienganges stehen nach Angabe der Hochschule im Vordergrund und sind durch das duale, die Lernorte von Hochschule und Unternehmen verbindende System institutionalisiert. Die Berufsbefähigung der Absolventen soll durch folgende Faktoren ermöglicht und gewährleistet werden:

- Verzahnung von Theorie und Praxis durch den ständigen Wechsel von theoretischen und praxisbezogenen Studienanteilen,
- Fallstudien und Praxisprojekte,

- breit angelegte Grundausbildung in den betriebswirtschaftlichen Kernfächern mit starkem Fokus auf Marketing und Kommunikation in den Kernfächern, die Fachwissen vermitteln, sowie in den Spezialisierungen,
- Vermittlung von wissenschaftlichen Methoden und Erkenntnissen,
- Förderung des selbstständigen systematischen Arbeitens, insbesondere durch praxisreflektierende Hausarbeiten bzw. Präsentationen, das Fallstudienprojekt und die Bachelor-Arbeit,
- Vermittlung von zwei Fremdsprachen,
- Vermittlung von Managementtechniken,
- Training sozialer Kompetenzen,
- Auslandsstudium,
- Training berufsbezogener EDV-Anwendungen.

Folgende Voraussetzungen sollen die Entwicklung fördern:

- modularer Aufbau des Studiums,
- kleine Semesterstärken bzw. Klassenverbände,
- intensive und individuelle Betreuung durch die Dozenten,
- berufs- und branchenerfahrene Dozenten,
- seminaristische Vorlesungen, die je nach fachlicher Ausrichtung durch praktische Übungen, Projektarbeiten, Referate und Exkursionen erweitert werden.

Der Studiengang wurde laut Angaben der Hochschule in enger Abstimmung mit einer großen Werbeagentur entwickelt und mit weiteren Branchenvertretern diskutiert und abgestimmt. Insbesondere durch:

- informelle Einbindung der Kooperationspartner,
- Gespräche mit Unternehmens- und Verbandsvertretern (z.B. auf von der HN veranstalteten Fachtagungen),
- regelmäßigen (jährlichen) Austausch mit den Kooperationspartnern im Rahmen des sog. FORUM: DIALOG

sollen Studieninhalte und Studienaufbau fortlaufend kritisch hinterfragt werden und ggf. an neue Entwicklungen angepasst werden.

## Bewertung:

Das Curriculum ist auf das Qualifikationsziel und auf einen berufsqualifizierenden Abschluss mit einem definierten inhaltlichen Profil ausgerichtet. Die Berufsbefähigung der Absolventen gemäß der Zielsetzung des Studienganges und den definierten Learning Outcomes wird erreicht. Dazu trägt die Kooperation mit den Unternehmen, in denen die Studierenden beschäftigt sind, bei.

		Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
<b>3.</b>	<b>Konzeption des Studienganges</b>			
3.5	Berufsqualifizierende Kompetenzen	X		

## 4 Wissenschaftliches Umfeld und Rahmenbedingungen

### 4.1 Lehrpersonal des Studienganges

Nach Angaben der Hochschule werden mehr 50 % aller Lehrveranstaltungen von hauptberuflich an der Hochschule tätigen Hochschullehrern gehalten. Derzeit arbeiten an der Hochschule 12 hauptberuflich tätige Hochschullehrer. Das Verfahren zur Berufung der Professoren ist in der Einstellungsordnung festgelegt. Die Einstellungsvoraussetzungen orientieren sich, so die Hochschule, an den für Fachhochschulen vorgesehenen Regelungen: wissenschaftliche Befähigung (Promotion), mindestens 5-jährige Berufspraxis, davon mindestens 3 Jahre Berufspraxis außerhalb des Hochschulbereichs, und pädagogische Eignung. Vorausgesetzt werden außerdem die Befähigung und Bereitschaft, Lehrveranstaltungen in englischer Sprache durchzuführen, und das Engagement in der Beratung und der Betreuung der Studierenden. Ihrem Bildungsziel entsprechend legt die HN besonderen Wert auf eine qualifizierte Berufspraxis. Die hauptberuflichen Hochschullehrer werden durch eine Berufungskommission ausgewählt. Zusammensetzung der Kommission und Verfahren sind in der Einstellungsordnung dezidiert geregelt.

Das wissenschaftliche Personal soll die Studierenden sowohl während der Theorie- als auch in den Praxisphasen betreuen. Sämtliche Fallstudienprojekte, Hausarbeiten, Referate und die Bachelor-Arbeit soll ein Hochschullehrer begleiten. In Bezug auf das Auslandssemester hält die Hochschule Informationsveranstaltungen ab, die durch individuelle Absprachen mit den Studierenden ergänzt werden. Falls Studierende mehrere Modulprüfungen nicht bestehen, hält das Prüfungsamt nach Angabe der Hochschule Beratungsgespräche ab; auf Wunsch können Studierende Entwicklungsgespräche über die Entwicklung ihrer Kompetenzen in Hochschule und Unternehmen mit einem Hochschullehrer, der die Studienleistung beurteilen kann, führen.

Zudem leisten studentische Tutoren nach Angabe der Hochschule Betreuungsarbeit. Studierende der höheren Semester sollen sich als Tutoren für die Neu-/Erstimmatrikulierten anbieten. Die Tutorien sollen der Förderung eines kollegialen Miteinanders und dem Knüpfen sozialer Kontakte dienen.

Nach Angabe der Hochschule nehmen mehrere Dozenten, die wissenschaftlichen Mitarbeiter und ein externer Lehrbeauftragter an einem Sprachkurs teil.

#### Bewertung:

Die Durchsicht der Lebensläufe sowie die Gespräche mit den Lehrenden haben bestätigt, dass die erforderlichen wissenschaftlichen und didaktischen Qualifikationen vorliegen und den nationalen Vorgaben entsprechen. Die Lehrverflechtungsmatrix lässt erkennen, dass an der Hochschule die notwendigen Kapazitäten für den Studiengang vorhanden sind. Maßnahmen zur Personalentwicklung und -qualifizierung werden durchgeführt.

Die Studierenden werden durch das Lehrpersonal betreut und können sich jederzeit auch vom Dekanat und dem Prüfungsamt individuell beraten lassen.

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

## 4.2 Studiengangsmanagement

Die Studiengangsleitung der einzelnen Schools der Hochschule sollen die Dekane und Studiendekane wahrnehmen. Sie haben nach Angaben der Hochschule folgende Aufgaben:

- Zusammen mit dem Vizepräsidenten für Lehre, dem das Prüfungsamt untersteht, und dem Vizepräsidenten für Verwaltung, der die Lehrveranstaltungspläne aufstellt, koordinieren sie die fachbezogenen Abläufe.
- Zur inhaltlichen und technischen Abstimmung binden die Dekane die Lehrbeauftragten in die Organisation und Planung der Lehre mit ein.
- Die Dekane kontrollieren die Vorgaben, die die Modulverantwortlichen an die Lehrbeauftragten zur Erstellung des Lehrmaterials herausgeben.
- Auf Grundlage der Evaluation führen die Dekane Gespräche mit den Dozenten und entscheiden über eine weitere Beschäftigung.

Was die Verwaltungsunterstützung für Studierende und das Lehrpersonal anbelangt, findet sich Folgendes:

- Das Studierendensekretariat ist Ansprechpartner für alle Hochschulangehörigen in allen nicht-akademischen Fragen.
- Das Prüfungsamt organisiert die Prüfungen, kontrolliert die Prüfungsaufgaben, dokumentiert und archiviert die Prüfungsergebnisse und teilt sie den Studierenden mit.
- Das Akademische Auslandsamt berät und unterstützt die Studierenden bezüglich des Auslandssemesters.
- Das Recruiting und Placement hilft den künftigen Studierenden individuell bei der Suche nach einem Ausbildungs- und/oder Praktikumsplatz und berät sie hinsichtlich ihrer akademischen und beruflichen Laufbahn.
- Die Verwaltung klärt etwaige Differenzen mit den Unternehmen, sollte ein Studierender durch seine dortige Arbeit im Unternehmen am Studium gehindert sein.
- Die IT-Administration ermöglicht das Arbeiten an modernen Rechnerarbeitsplätzen, richtet den Studierenden einen Zugang zum Internet und zum Netzwerk der Hochschule ein, ermöglicht es ihnen so, Daten auf den Hochschulservern zu speichern und die installierte Software zu nutzen.

Die Verwaltungsmitarbeiter nehmen nach Angaben der Hochschule an Workshops teil und werden zu Weiterbildungsmaßnahmen u. a. zum Rechnungswesen entsendet.

### Bewertung:

Studiengangsleitung und Studiengangsorganisation koordinieren die Abläufe aller im Studiengang Mitwirkenden, tragen Sorge für einen störungsfreien Ablauf des Studienbetriebes und gewährleisten die Umsetzung des Studiengangskonzepts. Die Verwaltungsinstitutionen, die Studierende und Lehrende unterstützen, sind ihren Aufgaben folgend gegliedert. Das Konzept berücksichtigt auch die Mitwirkung der Verwaltungsangestellten in den übrigen von der Hochschule angebotenen Studiengängen. Möglichkeiten zur Personalentwicklung und -weiterbildung sind gegeben.

		Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
<b>4.</b>	<b>Wissenschaftliches Umfeld und Rahmenbedingungen</b>			
4.2	Studiengangsmanagement			
4.2.1	Studiengangsleitung und Studienorganisation	X		
4.2.2	Verwaltungsunterstützung für Studierende und das Lehrpersonal	X		



### 4.3 Kooperationen und Partnerschaften

Nach Angabe der Hochschule unterhält sie eine Reihe von Kooperationen mit ausländischen Hochschulen, um die Mobilität der Studierenden und Hochschullehrer zu fördern.

Neben zahlreichen Beziehungen, die Mitglieder der Präsidiums unterhalten sollen, bestehen laut Information der Hochschule 17 bilaterale Study Abroad Abkommen vor allem mit Hochschulen im englischsprachigen Ausland (Großbritannien, Irland, USA) sowie Erasmus-Abkommen mit der Athens University of Economics and Business (Athen, Griechenland), der Fontys International Business School (Venlo, Niederlande), der IBS International Business School Ljubljana (Slowenien), dem Technological Education Institute of Kavala (Griechenland).

Kooperationen mit Wirtschaftsunternehmen sind nach Angabe der Hochschule ein fester Bestandteil der Konzeption des dualen Studienganges. Mit jedem Kooperationspartner soll ein vorgefertigter Kooperationsvertrag geschlossen werden. Die Zusammenarbeit mit den kooperierenden Unternehmen soll sich insbesondere zeigen durch:

- die Vorauswahl von Studierenden durch ein Auswahlverfahren,
- die Empfehlung von ausgewählten Studieninteressenten an die Unternehmen, kontinuierliche Betreuung der Kooperationspartner durch Gespräche und Besuche,
- die Ausrichtung der Studieninhalte auf die „branchenspezifischen“ Anforderungen der Unternehmen,
- die regelmäßige Abstimmung der Studieninhalte mit der betrieblichen Praxis durch Mitwirkung der Kooperationspartner im Curriculumsausschuss, im Rahmen von Unternehmensbesuchen und einem jährlich stattfindenden FORUM:DIALOG,
- die Lehre durch ausschließlich berufserfahrene Dozenten mit entsprechender fachlicher Qualifikation,
- die Gastdozenteneinbindung,
- auf Wunsch: Regelmäßiges Feedback über die Studierendenleistungen an die Unternehmen,
- auf Wunsch: Regelmäßige Betreuung der Studierenden auch während der Praxisphasen,
- die Durchführung von studienintegrierten Praxisprojekten in den Fallstudien,
- die Bearbeitung einer wichtigen betrieblichen Problemstellung in der Abschlussarbeit.

#### Bewertung:

Die Kooperationen mit anderen Hochschulen sind in Umfang und Art beschreiben. Die den Kooperationen zu Grunde liegenden Vereinbarungen sind beispielhaft dokumentiert. Umfang und Art der bestehenden Kooperationen mit Unternehmen, die für den dualen Studiengang unerlässlich sind, sind beschrieben, die der Kooperation zu Grunde liegenden Vereinbarungen sind dokumentiert. Die Gutachter monieren jedoch, dass die Hochschule weder Kriterien festgelegt hat, anhand derer die Eignung der Unternehmen, die aufgenommen werden sollen, sichergestellt ist, noch ein transparentes Auswahlverfahren für die Unternehmen etabliert hat, zudem den Status der Studierenden nicht verbindlich geregelt hat, falls sich die Kooperation mit einem Unternehmen ändert oder erlischt oder die Studierenden die Ausbildung abbrechen. Daher empfehlen die Gutachter, die **Auflage** auszusprechen, dass bezüglich der Aufnahme von Unternehmen in den Kreis der Partner der Hochschule für das duale Studium die Hochschule Kriterien festzulegen hat, anhand derer die Eignung der Unternehmen sicher gestellt ist. Zudem ist eine formalisierte Prüfung durchzuführen und ein geregelter Zulassungsprozess zu etablieren. Die Auflage erstreckt sich außerdem darauf, dass die Hochschule sicherzustellen hat, dass Studierende ihr Studium auch dann abschließen können, wenn sich unerwartet Änderungen in der Kooperation zwischen Ausbildungsbetrieb und Hochschule ergeben. *(Rechtsquelle: Regeln des Akkreditierungsrates 2.6 und Handreichung der AG „Studiengänge*

mit besonderem Profilanspruch“ (Beschluss des Akkreditierungsrates vom 10. Dezember 2012) 1.5)

		Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
<b>4.</b>	<b>Wissenschaftliches Umfeld und Rahmenbedingungen</b>			
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		Auflage	

#### 4.4 Sachausstattung

Für die insgesamt 177 Studierenden stehen nach Angabe der Hochschule im Gebäude Markt 11-15 in Neuss insgesamt fünf Unterrichtsräume zur Verfügung, in denen insgesamt 190 Studierende gleichzeitig unterrichtet werden könnten. Sämtliche Unterrichtsräume sind ausgestattet mit einem festinstallierten bzw. mobilen Beamer, Flip Chart, Leinwand, White Board, Steckdosen für Notebooks. Zudem werden bei Bedarf Metaplan-Koffer zur Verfügung gestellt.

Die Hochschule besitzt eine eigene Bibliothek. Die Studierenden werden zu Beginn des Studiums über deren Benutzung unterrichtet. Sie können dort recherchieren, lesen, wissenschaftlich arbeiten und kopieren. Die Öffnungszeiten richten sich nach den Öffnungszeiten der Hochschule. Sämtliche Werke sind ausleihbar. Die Bibliothek soll alle einschlägigen Lehrbücher und Fachzeitschriften zu Betriebswirtschaftslehre, Management, Logistikmanagement, Industry and Trade Management, Wirtschaftsinformatik, Wirtschaftsingenieurwesen sowie alle in den Modulbeschreibungen genannten Buchempfehlungen vorrätig halten.

Die Studierenden sollen über die in der Bibliothek vorhandenen Fachpublikationen hinaus in bedeutendem Umfang Onlinerecherchen durchführen können. Allen Studierenden und Mitarbeitern sollen folgende Online-Dienste per Internet und damit jederzeit für Recherchen zur Verfügung stehen:

- Über das Internet und die Software WinBIAP (der Firma Datronic in Augsburg) soll ein ständiger Zugriff auf den Bibliotheksbestand und auf das eigene Bibliothekskonto (Übersicht der Ausleihen, Ausleih- u. Rückgabedaten, Übersicht der Vormerkungen, offene Mahngebühren) sowie Online-Recherchen in Echtzeit ermöglicht werden.
- LexisNexis® Wirtschaft soll die Möglichkeit zur Recherche aktueller Wirtschafts- und Unternehmensdaten ermöglichen. Das Tool stellt seinen Nutzern (tages-)aktuelle und umfangreiche Informationen aus über 35.000 deutschen und internationalen renommierten Publikationen zur Verfügung.
- EBSCOhost Electronic Journals Service (EJS) soll die Möglichkeit des Volltextzugriffs auf Zeitschriftenartikel aus derzeit 13.642 Zeitschriften (u. a. allen namhaften englischsprachigen, zumeist US-amerikanischen Fachzeitschriften) ermöglichen.
- Ferner besteht ein Campus-Zugang für alle Studierenden und Mitarbeiter auf das Statistik-Portal Statista.

#### Bewertung:

Die adäquate Durchführung des Studienganges ist hinsichtlich der qualitativen und quantitativen personellen, sächlichen und räumlichen Ausstattung gesichert. Dabei werden Verflechtungen mit anderen Studiengängen berücksichtigt. Die Räume und Zugänge sind behindertengerecht ausgestattet und barrierefrei erreichbar.

Die Bibliothek ist mittlerweile auch in der veranstaltungsfreien Zeit hinreichend lange geöffnet. Die Studierenden aus anderen Bachelor-Studiengängen haben bestätigt, dass die Öffnungszeiten ihren Bedürfnissen Rechnung tragen. Ein rudimentäres Entwicklungskonzept der Bibliothek liegt vor. Der Zugang zu Literatur und Zeitschriften sowie digitalen Medien ist auf die Studieninhalte abgestimmt. Hinsichtlich des kleinen Literaturbestandes besteht jedoch Optimierungsbedarf. Die Gutachter sprechen die dringende Empfehlung aus, den Bestand aufzustocken, konkrete Kooperationen mit anderen Bibliotheken aufzunehmen und den elektronischen Zugang zu verstärken, um die Versorgung der Studierenden mit Literatur zu verbessern.

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

## 4.5 Finanzplanung und Finanzierung des Studienganges

Nach Angaben der Hochschule finanziert sie sich grundsätzlich aus Studiengebühren. Die Verträge richten sich in ihrer Laufzeit nach der Regelstudienzeit, können jedoch vorzeitig gekündigt werden. Zusätzlich werden, so die Hochschule, Umsätze aus Beratungs- und Forschungsprojekten generiert. Als Beispiele führt die Hochschule u. a. NETSPED und das EURREGIO-Projekt HARRM an.

Daten über den Finanzplan und die finanzielle Grundausstattung sollen dem Ministerium für Innovation für Innovation, Wissenschaft, Forschung und Technologie des Landes Nordrhein-Westfalen vorliegen. Die Finanzierungssicherheit soll von einem Wirtschaftsprüfer regelmäßig überprüft und dem Ministerium für Innovation, Wissenschaft, Forschung und Technologie des Landes Nordrhein-Westfalen gemeldet werden.

Der Erhalt der staatlichen Anerkennung ist, wie in Nordrhein-Westfalen allgemein üblich, u. a. an die Abgabe einer Garantieerklärung einer dritten Partei für einen eventuellen Insolvenzfall zur Sicherung der Reststudiendauer für dann noch eingeschriebene Studierende gebunden (Bürgschaft).

### Bewertung:

Eine finanzielle Grundausstattung ist durch die Bürgschaft gegeben, die der Träger der Hochschule beim Ministerium für Innovation, Wissenschaft, Forschung und Technologie des Landes Nordrhein-Westfalen hinterlegt hat. Somit ist die Finanzierungssicherheit für den gesamten Akkreditierungszeitraum gesichert.

		Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
<b>4.</b>	<b>Wissenschaftliches Umfeld und Rahmenbedingungen</b>			
4.5	Finanzplanung und Finanzierung des Studienganges	X		

## 5 Qualitätssicherung

Die Hochschule gibt an, die folgenden Qualitätsmanagementinstrumente für sich zu nutzen:

- Die Akkreditierung der Studiengänge.
- Jährliche Lehrberichte und semesterweise Lehrevaluation durch Studierendenbefragung (Lehrberichte werden von jedem Fachbereich ex post für jedes abgelaufene akademische Jahr erstellt und dem Ministerium zum von ihm festgelegten Zeitpunkt (Mitte/Ende Oktober) zugesandt.). Jede Lehrveranstaltung soll von den Studierenden nach einem standardisierten Fragebogen evaluiert werden. Die Daten werden anonym erhoben und den Dozenten zur Verfügung gestellt. Dekane und Präsidium erhalten Einblick, um die Lehrentwicklung sowohl dokumentieren als auch planen, steuern und kontrollieren zu können. Erfasst wird unter anderem die Arbeitsbelastung der Studierenden.
- Prüfungscontrolling durch den Vizepräsidenten für Lehre (alle Klausur-Aufgabenstellungen sind dem zentralen Prüfungsamt, alle anderen Aufgabenstellungen den dezentralen Prüfungsämtern der Schools/Fachbereiche vorzulegen und werden auf sachliche und ggf. rechnerische Richtigkeit überprüft). Die Aufgabenstellungen werden zudem regelmäßig durch den Vizepräsidenten für Lehre bzw. die Dekane der Schools/Fachbereiche auf Qualität (Adäquatheit, Machbarkeit und Transparenz) hin überprüft und evaluiert. Die Hochschullehrer werden in der Wahrnehmung ihrer Prüfungsaufgaben durch den Vizepräsidenten für Lehre (in überfachlicher) und die Dekane (in fachlicher Hinsicht) individuell beraten.
- Jährliche Forschungsberichte werden von jeder School (Fachbereich) ex post für jedes abgelaufene akademische Jahr erstellt und dem Ministerium zum von ihm festgelegten Zeitpunkt zugesandt. Drittmittelwerbungen werden dokumentiert. Die Befragung der Kooperationspartner wird durch die Abteilung Recruiting and Placement durchgeführt.
- Individuelle Zielvereinbarungen werden zwischen den Hochschullehrern und ihrem Dekan geschlossen. Die Dekane wiederum schließen fachbereichsbezogene Zielvereinbarungen mit dem Präsidium.
- In Strategie-Meetings bespricht das Präsidium Auffälligkeiten aus der Evaluation durch die Studierenden und aus der Befragung der Kooperationspartner, um ggf. über notwendige Anpassungsmaßnahmen zu entscheiden.
- Die Hochschulstatistik wird erstellt nach Vorgabe (Mindeststandards) des Landesamts für Datenverarbeitung und Statistik NRW. Die hochschulstatistischen Daten sollen sorgfältig erhoben werden. Sie finden Eingang in das Hochschulcontrolling.

Informationen zum Studiengang sind an einem zentralen Ort auf der Internetseite sowohl für die Studierenden als auch für Studieninteressierte verfügbar. Eine „Studentenbroschüre“ kann dort angefordert werden. Die einzelnen Modulbeschreibungen sollen nach der Akkreditierung des Studienganges ebenfalls im Internet veröffentlicht werden.

Spätestens beim Studienstart sollen alle Studierenden einen individuellen Studienordner, in dem u. a. die Studien- und Prüfungsordnung des von ihnen gewählten Studienganges sowie alle für das Studium notwendigen Form- und Merkblätter enthalten sein sollen, erhalten. Der Studiengang, der Studienverlauf, die Prüfungsanforderungen und Zugangsvoraussetzungen einschließlich der Nachteilsausgleichsregelungen für Studierende mit Behinderung sollen darin detailliert und in tabellarischen Übersichten (Modulpläne und Studienverlaufspläne) dargestellt sein.

**Bewertung:**

Die Hochschule berücksichtigt bei der Entwicklung der Studiengänge die Ergebnisse ihrer Evaluationen. Die Gutachter monieren jedoch, dass die Evaluationen der Lehre keine belastbaren Ergebnisse erzielen, um den Workload, der den Modulen zugewiesen ist, zu überprüfen und zu justieren. Denn die bisherige Evaluation urteilt hinsichtlich des Workloads lediglich nach der Angemessenheit (mit Noten von sehr gut bis ungenügend) von Stoffumfang, Vermittlungsgeschwindigkeit sowie Vor- und Nachbereitung. Zudem findet keine Fremdevaluation der Hochschule statt, außerdem werden die Unternehmensphasen des Studiums nicht in die studentische Evaluation einbezogen. Daher empfehlen die Gutachter, die **Auflage** zu erteilen, systematische und lernortübergreifende Maßnahmen zur Sicherung der Qualität des Lehrangebots zu treffen, die belastbare Ergebnisse hinsichtlich der Angemessenheit der vorgesehenen Workloads erzielen, zudem eine Fremdevaluation der Hochschule durchzuführen und die Unternehmensphasen des dualen Studiums in die studentische Evaluation einzubeziehen. (Rechtsquelle 1 Handreichung der AG „Studiengänge mit besonderem Profilanpruch“ (Beschluss des Akkreditierungsrates vom 10. Dezember 2012) 1.7: Rechtsquelle 2 Beschluss der Kultusministerkonferenz „Qualitätssicherung in der Lehre“ vom 22. September 2005, 2.2)

Ferner sprechen die Gutachter die dringende Empfehlung aus, ein Qualitätsmanagementhandbuch zu generieren, das unter anderem die Strukturen, Prozesse, die Verantwortlichkeiten in der Erfassung und Auswertung der Evaluationsdaten sowie die Verantwortlichkeiten in der Qualitätssteuerung festlegt.

Die Gutachter empfehlen zudem, die Verantwortlichkeiten bezüglich des Qualitätsmanagements zusammenzufassen und einem Qualitätsmanagementbeauftragten zuzuordnen. Diese Position ist im Organigramm der Hochschule bisher nicht vorhanden.

Bezüglich der Transparenz und Dokumentation sind Studiengang, Studienverlauf, Prüfungsanforderungen und Zugangsvoraussetzungen einschließlich der Nachteilsausgleichsregelungen für Studierende mit Behinderung dokumentiert und veröffentlicht.

		Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
<b>5.</b>	<b>Qualitätssicherung</b>			
5.1	Qualitätssicherung und Weiterentwicklung		Auflage	
5.2	Transparenz und Dokumentation	X		

# Qualitätsprofil

**Hochschule:** Hochschule Neuss

**Bachelor-Studiengang:** Marketing and Communications Management (B.Sc.)

Beurteilungskriterien	Bewertungsstufen		
	Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
<b>1. Ziele und Strategie</b>			
1.1. Logik und Nachvollziehbarkeit der Zielsetzung des Studiengangskonzeptes	X		
1.2. Studiengangprofil (nur relevant für Master-Studiengang)			X
1.3. Geschlechtergerechtigkeit und Chancengleichheit	X		
<b>2. Zulassung (Zulassungsprozess und -verfahren)</b>			
2.1. Zulassungsbedingungen		Auflage	
2.2. Auswahlverfahren		Auflage	
2.3. Berufserfahrung (relevant für weiterbildenden Master-Studiengang)			X
2.4. Gewährleistung der Fremdsprachenkompetenz	X		
2.5. Transparenz der Zulassungsentscheidung	X		
<b>3. Konzeption des Studienganges</b>			
3.1. Umsetzung			
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		Auflage	
3.1.3. Studien- und Prüfungsordnung		Auflage	
3.1.4. Studierbarkeit	X		
3.2. Inhalte			
3.2.1. Logik und konzeptionelle Geschlossenheit des Curriculums	X		
3.2.2. Begründung der Abschlussbezeichnung	X		
3.2.3. Begründung der Studiengangsbezeichnung	X		
3.2.4. Prüfungsleistungen und Abschlussarbeit	X		
3.3. Kompetenzerwerb für anwendungs- und/oder forschungsorientierte Aufgaben (sofern vorgesehen - nur bei Master-Studiengang)			X

3.4	Didaktisches Konzept		
3.4.1	Logik und Nachvollziehbarkeit des didaktischen Konzeptes	X	
3.4.2	Begleitende Lehrveranstaltungsmaterialien	X	
3.5	Berufsbefähigung	X	
<b>4.</b>	<b>Ressourcen und Dienstleistungen</b>		
4.1	Lehrpersonal des Studienganges		
4.1.1	Struktur und Anzahl des Lehrpersonals in Bezug auf die curricularen Anforderungen	X	
4.1.2	Betreuung der Studierenden durch Lehrpersonal	X	
4.2	Studiengangsmanagement		
4.2.1	Studiengangsleitung und Studienorganisation	X	
4.2.2	Verwaltungsunterstützung für Studierende und das Lehrpersonal	X	
4.3	Kooperationen und Partnerschaften		
4.3.1	Kooperationen mit Hochschulen und anderen wissenschaftlichen Einrichtungen bzw. Netzwerken (falls relevant)	X	
4.3.2	Kooperationen mit Wirtschaftsunternehmen und anderen Organisationen		Auflage
4.4	Sachausstattung		
4.4.1	Quantität, Qualität der Unterrichtsräume	X	
4.4.2	Zugangsmöglichkeit zur erforderlichen Literatur	X	
4.5	Finanzplanung und Finanzierung des Studienganges	X	
<b>5.</b>	<b>Qualitätssicherung</b>		
5.1	Qualitätssicherung und Weiterentwicklung		Auflage
5.2	Transparenz und Dokumentation	X	