

# Beschluss der FIBAA-Akkreditierungskommission für Programme

## Beschluss im Schriftverfahren am 5. November 2015

**Projektnummer:** 15/028

**Hochschule:** Internationale Hochschule Bad Honnef • Bonn

**Studiengang:** Wirtschaftsinformatik (M.Sc.), Leadership & Management (M.A.), Personalmanagement (M.A.), Marketingmanagement (M.A.)

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

Die Studiengänge werden gemäß Ziff. 3.1.1 i.V.m. 3.2.4 i.V.m. 3.2.5 der Regeln des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung i.d.F. vom 20. Februar 2013 für fünf Jahre akkreditiert.

Akkreditierungszeitraum: 1. Dezember 2015 bis 30. November 2020

Das Siegel des Akkreditierungsrates wird vergeben.

## Gutachten

---

---

**Hochschule:**

Internationale Hochschule Bad Honnef • Bonn  
Standort: Bad Reichenhall

---

**Master-Fernstudiengänge:**

Wirtschaftsinformatik  
Leadership & Management  
Personalmanagement  
Marketingmanagement

---

**Abschlussgrad:**

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

# Allgemeine Informationen zu den Studiengängen

---

## **Kurzbeschreibung des Studienganges Wirtschaftsinformatik:**

Der Master-Studiengang Wirtschaftsinformatik soll den Studierenden in einem zwei- bzw. viersemestrigen Fernstudium Inhalte der Wirtschaftsinformatik für Fach- und Führungskräfte vermitteln. Der Studiengang ist wissenschaftlich fundiert sowie praxis- und anwendungsorientiert ausgerichtet. Im Fokus steht die integrative Vertiefung und Erweiterung der Kenntnisse im Bereich Wirtschaftsinformatik. Der Master ist so konzipiert, dass die Absolventen für die Übernahme von Führungsfunktionen in verschiedenen Managementfunktionen innerhalb von IT-Organisationen, IT-Abteilungen oder Fachbereichen mit deutlich ausgeprägten Schnittstellen zu IT-Organisationen in Wirtschaftsunternehmen und Organisationen tätig werden können.

## **Kurzbeschreibung des Studienganges Leadership & Management:**

Der Master-Studiengang Leadership & Management soll den Studierenden in einem zweisemestrigen Fernstudium Inhalte des Leaderships & Managements für bestehende und angehende Führungskräfte vermitteln. Der Studiengang ist wissenschaftlich fundiert sowie praxis- und anwendungsorientiert ausgerichtet. Der Studiengang soll die Absolventen beim erfolgreichen managen und steuern von Organisationen unterstützen. Branchenunabhängig und ungeachtet der Größe und Art der Organisation liegt der Schwerpunkt darauf die, für die Übernahme von Führung notwendige Kompetenzen auf Basis strategischen Denkens und sozial kompetenten Handelns im internationalen Kontext zu vermitteln.

## **Kurzbeschreibung des Studienganges Personalmanagement:**

Der Master-Studiengang Personalmanagement soll den Studierenden in einem zwei- bzw. viersemestrigen Fernstudium Inhalte des Personalmanagements für Fach- und Führungskräfte vermitteln. Der Studiengang ist wissenschaftlich fundiert sowie praxis- und anwendungsorientiert ausgerichtet. Im Fokus steht die integrative Vertiefung und Erweiterung der Kenntnisse im Bereich Personalmanagement bzw. Human Resources Management. Der Master ist so konzipiert, dass die Absolventen in national und/oder international agierenden Industrie-, Handels- und Dienstleistungsunternehmen, in Unternehmensberatungen, Versicherungen, Verbänden, bei Bildungs- und Trainingsanbietern sowie Non-Profit-Organisationen tätig werden können.

## **Kurzbeschreibung des Studienganges Marketingmanagement:**

Der Master-Studiengang Marketingmanagement soll den Studierenden in einem zwei- bzw. viersemestrigen Fernstudium Inhalte des Marketingmanagements für Fach- und Führungskräfte vermitteln. Der Studiengang ist wissenschaftlich fundiert sowie praxis- und anwendungsorientiert ausgerichtet. Im Fokus steht die integrative Vertiefung und Erweiterung der Marketing-, Vertriebs- und Kommunikationspolitischen Kenntnisse und Fähigkeiten der Studierenden.

---

## **Zuordnung der Studiengänge:**

konsekutiv: Wirtschaftsinformatik / Personalmanagement / Marketingmanagement

weiterbildend: Leadership & Management

---

## **Profiltyp:**

anwendungsorientiert

---

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

Wirtschaftsinformatik 60 ECTS 2 Semester und 120 ECTS 4 Semester

Leadership & Management 60 ECTS 2 Semester

Personalmanagement 60 ECTS 2 Semester und 120 ECTS 4 Semester

Marketingmanagement 60 ECTS 2 Semester und 120 ECTS 4 Semester

---

**Studienform:**

Vollzeit

---

**Double/Joint Degree vorgesehen:**

nein

---

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

MWINF-120: 80 Studierende pro Jahr

MWINF-60: 60 Studierende pro Jahr

MLM-60: 80 Studierende pro Jahr

MPM-120: 80 Studierende pro Jahr

MPM-60: 60 Studierende pro Jahr

MMM-120: 80 Studierende pro Jahr

MMM-60: 60 Studierende pro Jahr

---

**Start zum:**

fortlaufend

---

**Erstmaliger Start der Studiengänge:**

MWINF-120: Dezember 2015

MWINF-60: März 2016

MLM-60: Dezember 2015

MPM-120: Dezember 2015

MPM-60: März 2016

MMM-120: Dezember 2015

MMM-60: März 2016

---

**Akkreditierungsart:**

Konzeptakkreditierung

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

Am 01. April 2015 wurde zwischen der FIBAA und der Internationalen Hochschule Bad Honnef • Bonn ein Vertrag über die Konzeptakkreditierung der Studiengänge „Wirtschaftsinformatik (M.Sc.)“, „Leadership & Management (M.A.)“, „Personalmanagement (M.A.)“ und „Marketingmanagement (M.A.)“ geschlossen. Maßgeblich für dieses Akkreditierungsverfahren sind somit die Regeln des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung i.d.F. vom 20. Februar 2013 und die Ländergemeinsamen Strukturvorgaben für die Akkreditierung von Bachelor- und Masterstudiengängen i.d.F. vom 4. Februar 2010. Am 01. Juni 2015 übermittelte die Hochschule einen begründeten Antrag, der eine Darstellung der Studiengänge umfasst und das Einhalten der Kriterien für die Akkreditierung von Studiengängen dokumentiert.

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

**Prof. Dr. Reinhard Moser**

Wirtschaftsuniversität Wien  
Professor für Betriebswirtschaftslehre

**Prof. Dr. Erich Barthel**

Frankfurt School of Finance and Management  
Professor für Unternehmenskultur und Personalführung

**Prof. Dr. Norbert Drees**

Fachhochschule Erfurt  
Professor für Marketingmanagement und Kommunikation

**em. Prof. Dr.-Ing. Werner Beuschel**

Fachhochschule Brandenburg  
Professor für Wirtschaftsinformatik

**Eva Augustin-Rose**

Augustin Event Marketing  
Inhaberin (Event, Marketing, Sponsoring)

**Sinah Holtschke**

Europa-Universität Viadrina  
Studierende International Management & Marketing (M.A.)

**Michael Vennemann**

(ehem. Kanzler der FH für Bibliotheks- und Dokumentationswesen in Köln)  
ehem. Leiter der Staatlichen Zentralstelle für Fernunterricht

FIBAA-Projektmanager:  
Sebastian Knobloch

Die Begutachtung beruht auf der Antragsbegründung, ergänzt um weitere, vom Gutachterteam erbetene Unterlagen, und einer Begutachtung vor Ort. Die Gutachter haben sich übereinstimmend für eine Begutachtung vor Ort ausgesprochen, da sie zu der Konzeption der Studiengänge und zahlreichen Detailfragen Erläuterungsbedarf hatten, der besser im Rahmen einer solchen Begutachtung als in einer Telefonkonferenz zu klären war. Vor Ort wurde

---

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

in getrennten Gesprächen mit der Leitung der Hochschule, mit Lehrenden und mit Studierenden der Hochschule gesprochen. Die Begutachtung vor Ort wurde am 13./14. Juli 2015 in den Räumen der Hochschule in Bad Reichenhall durchgeführt. Im selben Cluster wurden die Studiengänge Wirtschaftsinformatik (M.Sc.), Leadership & Management (M.A.), Personalmanagement (M.A.) und Marketingmanagement (M.A.) begutachtet. Zum Abschluss des Besuchs gaben die Gutachter gegenüber Vertretern der Hochschule ein kurzes Feedback zu ihren ersten Eindrücken.

Das auf dieser Grundlage erstellte Gutachten wurde der Hochschule am 23. Oktober 2015 zur Stellungnahme zugesandt. Die Hochschule übermittelte ihre Stellungnahme zum Gutachten am 27. Oktober 2015; die Stellungnahme ist im vorliegenden Gutachten bereits berücksichtigt.

# Zusammenfassung

Generell gilt, dass im Fall einer Konzeptakkreditierung, in der nur das Studiengangskonzept vorgestellt wird, bzw. bei einer erstmaligen Akkreditierung eines Studienganges, der noch keinen vollständigen Durchlauf zu verzeichnen hat, der Studiengang so zu bewerten ist wie ein laufender Studiengang.

Die Master-Studiengänge Wirtschaftsinformatik (M.Sc.), Personalmanagement (M.A.) und Marketingmanagement (M.A.) der Internationalen Hochschule Bad Honnef • Bonn sind konsekutive Master-Studiengänge, das Programm Leadership & Management (M.A.) ist ein weiterbildender Master-Studiengang. Sie entsprechen den Strukturvorgaben der Kultusministerkonferenz (KMK), den Anforderungen des Akkreditierungsrates sowie den Anforderungen des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse in der zum Zeitpunkt der Verfahrenseröffnung geltenden Fassung. Sie sind modular gegliedert, mit ECTS-Punkten versehen haben ein „anwendungsorientiertes Profil“ und schließen mit dem akademischen Grad „Master of Arts“ und Master of Science (Wirtschaftsinformatik) ab. Der Grad wird von der Hochschule verliehen.

Die Studiengänge erfüllen somit die Qualitätsanforderungen für Master-Studiengänge und können von der Foundation for International Business Administration Accreditation (FIBAA) im Auftrag der Stiftung zur Akkreditierung von Studiengängen in Deutschland für einen Zeitraum von fünf Jahren vom 1. Dezember 2015 bis 30. November 2020 akkreditiert werden.

Zur Gesamtbewertung siehe das Qualitätsprofil am Ende des Gutachtens.

# Informationen

Die Internationale Hochschule Bad Honnef • Bonn ist eine staatlich anerkannte private Hochschule in Bad Honnef und mit weiteren Standorten in Bad Reichenhall und Berlin. Die Rechtsform der Trägerin ist die einer GmbH. Daher finden die in einer GmbH üblichen Leitungsstrukturen in der Organisationsstruktur der Hochschule ihren Niederschlag. Die Hochschule hat den Studienbetrieb zum Wintersemester 2000/01 aufgenommen. Sie bietet im Fernstudium folgende Bachelor-Programme an:

- B.A. Betriebswirtschaftslehre
- B.A. Marketing
- B.A. Finanzmanagement
- B.A. Personalmanagement
- B.Sc. Wirtschaftsinformatik
- B.A. Gesundheitsmanagement
- LL.B. Wirtschaftsrecht

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

- M.A. General Management
- MBA 60 ECTS
- MBA 90 ECTS

Die IUBH hat im Juli 2015 die bestehenden drei Säulen „IUBH on Campus-Programme“, „IUBH Fernstudium“ und „IUBH Duales Studium“ ab dem Wintersemester in zwei Säulen neu organisiert. Diese Säulen sind nunmehr IUBH Campusstudium und IUBH Fernstudium. Die IUBH versteht sich als Kompetenzzentrum für Forschung und Lehre in Präsenz-, Fern- und dualem Studium. In den jeweiligen Lehrformen vermittelt die Hochschule anwendungsbezogene, wissenschaftsbasierte Lehre Qualifikationen und Kompetenzen, die in den jeweiligen Praxisfeldern zur selbstständigen Anwendung wissenschaftlicher Erkenntnisse und Methoden im In- und Ausland befähigen.

Die IUBH erklärt es zum Ziel des Fernstudiums, ihre Studierenden auf Basis eines innovativen Angebots akkreditierter Fernstudiengänge in Verbindung mit einer anspruchsvollen akademischen Ausbildung auf Führungsaufgaben vorzubereiten. Berufstätige und anderweitig verpflichtete Studierende sollen flexibel unterstützt werden, damit sie ihre persönlich gesteckten persönlichen und beruflichen Ziele zeit- und ortsunabhängig durch innovative und anspruchsvolle Fernlehr- Fernlernangebote erfolgreich realisieren können.

Derzeit (Stand Sommersemester 2015) studieren ca. 6.012 Studierende an der IUBH - davon 1.470 Präsenzstudierende (49,29% männlich, 50,71% weiblich), ca. 3.653 Fernstudierende (51,82% männlich, 48,18% weiblich) sowie ca. 890 Studierende im Dualen Studium (30,67% männlich, 69,33% weiblich).



# Darstellung und Bewertung im Einzelnen

## 1 Zielsetzung

Das Ziel des Studienganges **Wirtschaftsinformatik** ist, Fach- und Führungskräfte im Bereich Wirtschaftsinformatik wissenschaftlich fundiert sowie praxis- und anwendungsorientiert auszubilden. Der Studiengang vertieft die notwendigen Fachkompetenzen und Fähigkeiten, die der Studierende für eine erfolgreiche Laufbahn im Bereich Wirtschaftsinformatik benötigt. Der Studiengang bildet die Basis für die Übernahmen von Führungsverantwortung durch die Vermittlung von Methoden- und Fachkompetenzen, die für den Erfolg in Führungsfunktionen insbesondere an der Schnittstelle zwischen Betriebswirtschaft und Informatik notwendig sind. Die Absolventen werden insbesondere für die Übernahme von Führungsfunktionen in verschiedenen Managementfunktionen innerhalb von IT-Organisationen, IT-Abteilungen oder Fachbereichen mit deutlich ausgeprägten Schnittstellen zu IT-Organisationen in Wirtschaftsunternehmen und Organisationen vorbereitet. Die fachlichen, methodischen und sozialen Kompetenzen der Studierenden sollen im Hinblick auf die späteren beruflichen Einsatzmöglichkeiten gezielt weiterentwickelt werden. Das Studienprogramm berücksichtigt und fördert den Wissens- und Kompetenztransfer zwischen Fernstudium und betrieblicher Praxis. Dies geschieht bspw. durch das „Seminar Current Topics in IT-Management“. Die Inhalte sind so konzipiert, dass die Absolventen von Informatik- und Wirtschaftsinformatik-Bachelor-Studiengänge direkt an das bereits erworbene Vorwissen anknüpfen können und ohne Unterbrechung in das Master-Studium einsteigen können.

Den Studierenden stehen zwei Varianten des Studienganges zur Verfügung:

- Variante 1 (MWINF-60): zweisemestriges Studium mit 60 ECTS-Punkten
- Variante 2 (MWINF-120): viersemestriges Studium mit 120 ECTS-Punkten

Die Variante 1 MWINF-60 bildet die Basisvariante des Studienganges. Die Variante 2 MWINF-120 baut auf Variante 1 auf, erweitert und vertieft diese Studiengangsvariante inhaltlich z. B. um forschungsmethodische und gesellschaftsethische Aspekte. Weitere wirtschaftsinformatikbezogene Fragestellungen werden praxisbezogen in das Curriculum integriert.

Die Hochschule führt aus, dass die gesellschaftliche und ethische Verantwortung im Rahmen der Module „Gesellschaftliche Herausforderungen der Digitalisierung“ und „IT Governance, Compliance und Recht“ gefördert wird und an Fallbeispielen betrachtet werden. Dadurch wird kritisches und reflexives Denken der Studierenden angeregt und eingefordert, um auf diese Weise Impulse zur persönlichen und sozialen Weiterentwicklung über das Studium hinaus anzustoßen.

Absolventen werden in die Lage versetzt, das Unternehmensumfeld und auch das eigene Unternehmen analysieren zu können und aus dieser Analyse operative und strategische Strategien zu entwickeln. Ferner sind sie mit Management, Anforderungsmanagement, Management von IT-Projekten und Change und digitalen Business-Modellen vertraut. Der Studiengang ist aus Sicht der Hochschule systematisch auf die Bedürfnisse des Arbeitsmarktes ausgerichtet. Dies kommt durch die tiefer gehenden Spezialisierungen in den Kernprozessen des Wirtschaftsinformatik zum Ausdruck sowie durch den fundierten wissenschaftlich-methodischen Kompetenzerwerb und der parallelen Förderung der Sozialkompetenz zur Übernahme von Führungsverantwortung. Dies soll sowohl über die Vermittlung der internationalen Aspekte der Wirtschaftsinformatik als auch über den Anwendungsbezug sichergestellt werden. In der viersemestrigen Studiengangsvariante können sich die Studierenden darüber hinaus weitere Branchen- und Funktionsspezialisierungen aneignen, um ein noch breiteres Verständnis für die Prozesse und Aufgabengebiete im Unternehmen zu erlangen.

Die Ziele des anwendungsorientierten Master-Programmes konzentrieren sich darauf, dass Studierende:

- sich im Laufe des Studiums ein individuelles wissenschaftliches Profil erarbeiten,
- teamfähig und kooperativ sind,
- über soziale und interkulturelle Kompetenz verfügen,
- ihre wissenschaftlichen Ergebnisse in der Öffentlichkeit oder vor einem Fachpublikum unter Berücksichtigung ethischer und gesellschaftspolitischer Gesichtspunkte vertreten können und
- wissenschaftliches Handeln im ethischen, sozialen und kulturellen Zusammenhang reflektieren können.

Der Master-Studiengang **Leadership & Management** soll den Studierenden in einem zweisemestrigen Fernstudium Inhalte des Leaderships & Managements für aktuelle und angehende Führungskräfte vermitteln. Der Studiengang ist wissenschaftlich fundiert sowie praxis- und anwendungsorientiert ausgerichtet. Der Studiengang soll die Absolventen beim erfolgreichen managen und steuern von Organisationen unterstützen. Branchenunabhängig und ungeachtet der Größe und Art der Organisation liegt der Schwerpunkt darauf, die für die Übernahme von Führung notwendige Kompetenzen auf Basis strategischen Denkens und sozial kompetenten Handelns im internationalen Kontext zu vermitteln.

Die Absolventen werden insbesondere für die Übernahme generalistischer Managementfunktionen qualifiziert. Die folgenden fünf Funktionen bilden dabei laut IUBH die Basis: Organisation, Personaleinsatz, Planung, Führung und Kontrolle. Aus diesen Funktionen leiten sich Kompetenzen des interpersonellen Bereichs ab, bei denen es darum geht bspw. die Organisation zu repräsentieren, interne und externe Netzwerke aufzubauen sowie Mitarbeiter anzuweisen und zu motivieren. Weitere essenzielle Kompetenzen beziehen sich auf die fachlichen, methodischen und sozialen Kompetenzen der Studierenden und sollen im Hinblick auf die späteren beruflichen Einsatzmöglichkeiten gezielt weiterentwickelt werden. Das Studienprogramm berücksichtigt und fördert den Wissens- und Kompetenztransfer zwischen Fernstudium und betrieblicher Praxis.

Die Hochschule führt aus, dass die gesellschaftliche und ethische Verantwortung im Rahmen der Module „Managing in a Global Economy“ und „Seminar Current Issues in Leadership & Management“ gefördert wird und an Fallbeispielen betrachtet werden. Dadurch wird kritisches und reflexives Denken der Studierenden angeregt und eingefordert, um auf diese Weise Impulse zur persönlichen und sozialen Weiterentwicklung über das Studium hinaus anzustoßen.

Absolventen des Studienganges Leadership & Management

- haben sich im Laufe des Studiums ein individuelles wissenschaftliches Profil erarbeitet.
- sind teamfähig und kooperativ.
- verfügen über soziale und interkulturelle Kompetenz.
- sind kommunikationsfähig in englischer Sprache.
- können ihre wissenschaftlichen Ergebnisse in der Öffentlichkeit oder vor einem Fachpublikum unter Berücksichtigung ethischer und gesellschaftspolitischer Gesichtspunkte vertreten.
- reflektieren wissenschaftliches Handeln im ethischen, sozialen und kulturellen Zusammenhang.

Diese Ziele des anwendungsorientierten Master-Programmes werden erreicht durch den Aufbau auf einen ersten Hochschulabschluss und die innerhalb der beruflichen Praxis erworbenen Kompetenzen. Der Studiengang vermittelt und vertieft die betriebswirtschaftlichen

Kenntnisse der Studierenden, um ihre Kompetenzen und Fähigkeiten für ein höheres Management-Level auszubauen und damit einhergehend strategische und operative Managementkompetenzen zu entwickeln. Der Studiengang fokussiert im Wesentlichen auf die Methoden-, die Fach- und die Personalen Kompetenzen, die für erfolgreiche Führungskräfte unerlässlich sind. Besonders hervorzuheben sind dabei die Module „Leadership“ für die Vermittlung von aktuellem Wissen für die Bereiche Führung, Kommunikation und Personal Skills. Darüber hinaus das Modul „Strategisches Management“ und das Modul „Performance Measurement“ für die Bereiche strategisches Management und Key Performance-Indikatoren. Ferner wird das Curriculum durch die Module in den Bereichen „Innovation und Entrepreneurship“, „Change Management“ und „Managing in a Global Economy“ komplettiert.

Das Ziel des Studienganges **Personalmanagement** ist, Fach- und Führungskräfte im Bereich Personalmanagement bzw. Human Resources Management wissenschaftlich fundiert sowie praxis- und anwendungsorientiert auszubilden. Der Studiengang vertieft die notwendigen Fachkompetenzen und Fähigkeiten, die der Studierende für eine erfolgreiche Laufbahn im Bereich Personalmanagement benötigt. Der Studiengang bildet die Basis für die Übernahmen von Führungsverantwortung, durch die Vermittlung von Personalführungskompetenzen.

Die Absolventen werden insbesondere für die Übernahme generalistischer Managementfunktionen in der mittelständischen Wirtschaft qualifiziert. Die fachlichen, methodischen und sozialen Kompetenzen der Studierenden sollen im Hinblick auf die späteren beruflichen Einsatzmöglichkeiten gezielt weiterentwickelt werden. Das Studienprogramm berücksichtigt und fördert den Wissens- und Kompetenztransfer zwischen Fernstudium und betrieblicher Praxis. Dies geschieht bspw. durch das „Seminar Internationales HR Management“. Die Inhalte sind so konzipiert, dass die Absolventen wirtschaftswissenschaftlicher Bachelor-Studiengänge direkt an das bereits erworbene Vorwissen anknüpfen können und ohne Unterbrechung in das Master-Studium einsteigen können.

Den Studierenden stehen zwei Varianten des Studienganges zur Verfügung:

- Variante 1 (MPM-60): zweisemestriges Studium mit 60 ECTS-Punkten
- Variante 2 (MPM-120): viersemestriges Studium mit 120 ECTS-Punkten

Die Variante 1 MPM-60 bildet die Basisvariante des Studienganges. Die Variante 2 MPM-120 baut auf Variante 1 auf, erweitert und vertieft diese Studiengangsvariante inhaltlich z. B. um forschungsmethodische und gesellschaftsethische Aspekte. Weitere personalmanagementrelevante Fragestellungen werden praxisbezogen in das Curriculum integriert.

Die Hochschule führt aus, dass die gesellschaftliche und ethische Verantwortung im Rahmen der Module „Wirtschaft und Gesellschaft I+II“ gefördert wird und an Fallbeispielen betrachtet werden. Dadurch wird kritisches und reflexives Denken der Studierenden angeregt und eingefordert, um auf diese Weise Impulse zur persönlichen und sozialen Weiterentwicklung über das Studium hinaus anzustoßen.

Absolventen werden in die Lage versetzt, das Unternehmensumfeld und auch das eigene Unternehmen analysieren zu können und aus dieser Analyse operative und strategische Strategien zu entwickeln. Ferner sind sie mit Management, Branding, Change Management, Organisationsentwicklung, Verhandlungsstrategien und Unternehmensführung vertraut. Der Studiengang ist aus Sicht der Hochschule systematisch auf die Bedürfnisse des Arbeitsmarktes ausgerichtet. Dies kommt durch die tiefer gehenden Spezialisierungen in den Kernprozessen des Personalmanagements zum Ausdruck sowie durch den fundierten wissenschaftlich-methodischen Kompetenzerwerb und der parallelen Förderung der Sozialkompetenz zur Übernahme von Führungsverantwortung. Dies soll sowohl über die Vermittlung der internationalen Aspekte des Personalmanagements als auch über den Anwendungsbezug

sichergestellt werden. In der viersemestrigen Studiengangsvariante können sich die Studierenden darüber hinaus weitere Branchen- und Funktionsspezialisierungen aneignen, um ein noch breiteres Verständnis für die Prozesse und Aufgabengebiete im Unternehmen zu erlangen.

Die Ziele des anwendungsorientierten Master-Programmes konzentrieren sich darauf:

- aktuell vorhandenes Wissen zu lehren und die Fähigkeit zu vermitteln, dieses auf bekannte und neue Probleme anzuwenden, sowie sich nach dem Studienabschluss selbstständig neues Wissen und neue Fähigkeiten anzueignen,
- studiengangsspezifisches Fachwissen in Verbindung mit theoretischem Basiswissen zu vermitteln, das die weitere Aneignung und Einordnung von wissenschaftlichen Erkenntnissen in der beruflichen Praxis ermöglicht,
- methodisch-analytische Fähigkeiten und zugleich synthetische Fähigkeiten der kontextspezifischen Anwendung von Methoden und Kenntnissen zu trainieren sowie
- berufsfeldspezifische Schlüsselqualifikationen, insbesondere die Fähigkeit zur Kooperation mit fachfremden Partnern und die Auseinandersetzung mit wissenschaftsexternen Anforderungen zu fördern.

Das Ziel des Studienganges **Marketingmanagement** ist, Fach- und Führungskräfte im Bereich Marketing wissenschaftlich fundiert sowie praxis- und anwendungsorientiert auszubilden. Die Kenntnisse und Fähigkeiten der Studierenden sollen insbesondere im Bereich Marketing-, Vertriebs- und Kommunikationspolitischer Kenntnisse und Fähigkeiten vertieft und erweitert werden. Im Mittelpunkt der Ausbildung steht die Befähigung zur Lösung unternehmensstrategischer Fragestellungen. Die fachlichen, methodischen und sozialen Kompetenzen der Studierenden sollen im Hinblick auf die späteren beruflichen Einsatzmöglichkeiten gezielt weiterentwickelt werden. Das Studienprogramm berücksichtigt und fördert den Wissens- und Kompetenztransfer zwischen Fernstudium und betrieblicher Praxis. Dies geschieht bspw. durch die Studienbestandteile Marketing-Fallstudie oder das Seminar „Current Issues in Marketing“. Hier wird das konkrete Ziel verfolgt die Studieninhalte mit der betrieblichen Praxis zu verknüpfen. Die Inhalte sind so konzipiert, dass die Absolventen wirtschaftswissenschaftlicher Bachelor-Studiengänge direkt an das bereits erworbene Vorwissen anknüpfen können und ohne Unterbrechung in das Master-Studium einsteigen können.

Den Studierenden stehen zwei Varianten des Studienganges zur Verfügung:

- Variante 1 (MMM-60): zweisemestriges Studium mit 60 ECTS-Punkten
- Variante 2 (MMM-120): viersemestriges Studium mit 120 ECTS-Punkten

Die Variante 1 MMM-60 bildet die Basisvariante des Studienganges. Die Variante 2 MMM-120 baut auf Variante 1 auf, erweitert und vertieft diese Studiengangsvariante inhaltlich z. B. um forschungsmethodische und gesellschaftsethische Aspekte. Weitere marketingrelevante Fragestellungen werden praxisbezogen in das Curriculum integriert.

Die Hochschule führt aus, dass die Unternehmensführungsaufgaben und Marketingentscheidungen stets eingebettet in den gesellschaftlichen und sozialen Rahmen erfolgen. Die gesellschaftliche und ethische Verantwortung wird im Rahmen von betriebswirtschaftlichen Entscheidungen allgemein und im Rahmen der Module E-Commerce I und Marktforschung diskutiert und an Fallbeispielen betrachtet. Dadurch wird kritisches und reflexives Denken der Studierenden angeregt und eingefordert, um auf diese Weise Impulse zur persönlichen und sozialen Weiterentwicklung über das Studium hinaus anzustoßen.

Absolventen werden in die Lage versetzt das Unternehmensumfeld und auch das eigene Unternehmen analysieren zu können und aus dieser Analyse operative und strategische Strategien zu entwickeln. Ferner sind sie mit neuen Kommunikationskanälen, wie E-

Commerce und Online- und Social Media Marketing vertraut. Daraus folgend können sie Kommunikationsstrategien im Einklang mit den operativen und strategischen Zielen des Unternehmens entwickeln.

Das Aufgaben und Tätigkeitsspektrum der Master-Absolventen beschreibt die IUBH wie folgt:

#### Analyse

- Erheben und Bewerten von Markt- und Konsumentendaten im Allgemeinen
- Marktsegmentierung, Zielgruppen- und Wettbewerbsanalysen im Speziellen
- Identifikation von Wettbewerbsvorteilen und Positionierungsansätzen
- Erkennen und Analysieren von Markttrends
- Analysieren der eigenen internen Kompetenzen und Möglichkeiten
- Konzipieren von operativen Marketing und Business Plänen
- Konzepte mit betroffenen Fachabteilungen und Entscheidern absprechen und ggf. anpassen
- Wirtschaftlichkeitsbetrachtungen durchführen, z. B. Zeitplan, notwendiges Budget, erwartete Ziele einschätzen

#### Umsetzung und Kontrolle

- Entwicklung und laufende Steuerung des Markenmanagements
- Strategische Planung und Verantwortung von Marketing- und Vertriebsaktivitäten
- Definition strategischer und operativer Ziele für Marketing und Vertrieb
- Strategische Steuerung der marktgerichteten Aktivitäten des Unternehmens
- Konzepte im Rahmen von Unternehmensberatungen für Kunden entwerfen und implementieren
- Leitung und Koordination der Projekte (Marketing und Business Pläne)
- Tätigkeiten im Management und der Unternehmensplanung wahrnehmen, z. B. Leitung eines Funktionsbereichs

#### Beratung und Leitung

- Entwicklung und laufende Steuerung des Markenmanagements
- Strategische Planung und Verantwortung von Marketing- und Vertriebsaktivitäten
- Definition strategischer und operativer Ziele für Marketing und Vertrieb
- Strategische Steuerung der marktgerichteten Aktivitäten des Unternehmens
- Konzepte im Rahmen von Unternehmensberatungen für Kunden entwerfen und implementieren
- Leitung und Koordination der Projekte (Marketing und Business Pläne)
- Tätigkeiten im Management und der Unternehmensplanung wahrnehmen, z. B. Leitung eines Funktionsbereichs

Darstellung möglicher Berufsfelder der Absolventen:

Studiengang / Vertiefung	Berufsfeld
Marketingmanagement	<p>Qualifizierte Planung, Durchführung und Kontrolle von Prozessen und Aufgaben der folgenden Berufsfelder unter Berücksichtigung führungsrelevanter Kompetenzen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Werbe-, Medien- oder PR- und Grafik-Agenturen</li> <li>▪ national und international agierende Industrie- und Handelsunternehmen</li> <li>▪ Dienstleistungsanbieter</li> <li>▪ Unternehmensberatungen mit dem Beratungsschwerpunkt Marketing und Vertrieb</li> <li>▪ Verbände</li> <li>▪ Finanzdienstleister</li> <li>▪ Telekommunikations- und Medienunternehmen</li> <li>▪ öffentliche Einrichtungen</li> </ul>

Die IUBH setzt die EU-Regelungen zum Schutz gegen Diskriminierung aus Gründen der Staatsangehörigkeit, des Geschlechts, der Rasse, der ethnischen Herkunft, der Religion, einer Behinderung, des Alters oder der sexuellen Orientierung um. Die Hochschule fördert ferner die Gleichberechtigung der Frauen in allen Statusgruppen. Der Frauenanteil unter den Professoren der IUBH Fernstudium beträgt 28 Prozent. Unter den wissenschaftlichen Mitarbeitern liegt der Frauenanteil derzeit bei 100 Prozent. Im Mai 2015 waren 52 Prozent der gesamten immatrikulierten Studierenden Frauen. Im Fernstudium liegt der Frauenanteil bei 48 Prozent.

Die IUBH vergibt Stipendien für Studierende, bei denen neben der bisherigen Leistung und Bedürftigkeit auch die besondere Lebenslage von Studierenden berücksichtigt wird (z. B. Kindererziehung, ausländische Studierende, Personen mit Migrationshintergrund und/oder aus so genannten bildungsfernen Schichten). Im § 11 (12) der Allgemeinen Prüfungsordnung ist der Nachteilsausgleich für behinderte Studierende, Mutterschutz etc. geregelt.

## Bewertung:

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

Auf der Ebene der Studiengänge werden die Konzepte der Hochschule zur Förderung der Geschlechtergerechtigkeit und der Chancengleichheit von Studierenden in besonderen Lebenslagen, wie beispielsweise Studierende mit gesundheitlichen Beeinträchtigungen, Studierende mit Kindern, ausländische Studierende, Studierende mit Migrationshintergrund und/oder aus so genannten bildungsfernen Schichten, umgesetzt.

	Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
1. Zielsetzung	X		

## 2 Zulassung

Die Zulassungsbedingungen sind in der Allgemeinen Prüfungsordnung (§ 2 APO mit Verweis auf EAO) sowie in der Einschreibungs- und Anerkennungsordnung (EAO) in nachfolgenden Paragrafen dezidiert festgelegt:

- § 2, Abs. 4: Nachteilsausgleich im Rahmen des Zulassungsverfahrens
- § 5, Abs. 1-3: Zulassungsvoraussetzungen zum Master-Studium (mindestens ein erster berufsqualifizierender Hochschulabschluss (wirtschaftswissenschaftlich ausgerichtet) i.d.R. B.A. oder B.Sc. mit mindestens 180 ECTS. Für Master mit 60 ECTS muss i.d.R. ein Bachelor mit 240 ECTS vorliegen)
- § 10, Abs. 1-5: Anerkennung von Vorleistungen
- § 11, Abs. 1-4: Informationen über Anerkennungen

Zudem ist für den Master „Leadership & Management“ eine mindestens einjährige qualifizierte Berufserfahrung (der Nachweis über einen einschlägigen berufsqualifizierenden Studienabschluss sowie über die einschlägige Berufserfahrung werden vor der Einschreibung geprüft) zum Zeitpunkt der Zulassung nachzuweisen. Eine Zulassung ist auch dann möglich, wenn weniger als 240 ECTS vorliegen, die notwendigen Kompetenzen aber durch eine Eignungsprüfung nachgewiesen werden. Die Einstufungsprüfungsordnung für Masterstudiengänge mit 60 ECTS liegt in der Version vom 01.03.2015 vor.

Die Studienberatung für die Fernstudienprogramme ist umfassend und erfolgt individuell und für jeden Studieninteressierten. Für die Kontaktaufnahme mit der Hochschule stehen dabei verschiedene Kanäle zur Verfügung. Diese sind:

- Online: E-Mail (Onlineanfragen sollen innerhalb von 24 Stunden beantwortet werden.), Anfrageformulare
- Offline: Telefonische Beratung über eine kostenlose 0800-Rufnummer (an Werktagen von 8.00 Uhr bis 20.00 Uhr), postalische Anfragen, Messen, Präsenzberatung am Campus Bad Honnef, Bad Reichenhall, München, Erfurt und Düsseldorf
- Live Chat: Live Online-Beratung über das Live Chat Tool Livezilla via Website

Die Beratung wird durch umfassende Informationen auf der Website der IUBH und auf den sozialen Netzwerken Twitter und Facebook ergänzt.

Die Master-Studiengänge Wirtschaftsinformatik, Personalmanagement und Marketingmanagement erfolgen mit Ausnahme eines (optionalen) Wahlpflichtfaches in deutscher Sprache. Lediglich die vertiefende Literatur ist im Original in englischer Sprache. Die Skripte, Tutorien, Vodcats, Podcasts, Klausuren und Übungsmaterialien sind vollständig in deutscher Sprache. Es besteht die Möglichkeit, die Master-Thesis in englischer Sprache zu verfassen.

Für den erfolgreichen Studienabschluss im Studiengang „Leadership & Management“ sind zwingend ausreichende englische Sprachkenntnisse notwendig. Gemäß den Vorgaben in der APO/SPO/EAO ist zum Nachweis der erforderlichen Englischkenntnisse zum Zeitpunkt der Zulassung ein weniger als drei Jahre alter TOEFL-Test mit mindestens 80 Punkten oder ein IELTS-Test mit mindestens Stufe 6 vorzuweisen. Liegt bereits ein in englischer Sprache erbrachter erster Hochschulabschluss vor, so gilt der Nachweis der notwendigen englischen Sprachkenntnisse als erbracht.

Den Studierenden wird ein extracurriculares Angebot unterbreitet, bei welchem sie die englische Sprache über eine Rosetta Stone Sprachportal erlernen können. Diese Kurse bieten die Wahlmöglichkeit von den Niveaustufen A1 bis C1.

Die Master-Studiengänge sind zulassungsfrei und somit ist kein Zulassungsverfahren vorgegeben. Die angegebenen Kapazitäten zu den Studiengängen spielen auf die betriebswirtschaftlichen Zielgrößen für die Studiengänge an und geben nicht die maximale Kapazität des jeweiligen Studienganges an.

## Bewertung:

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

Die Zulassungsbedingungen für den Studiengang Leadership & Management stellen sicher, dass die Studierenden fremdsprachliche Lehrveranstaltungen absolvieren und die fremdsprachliche Literatur verstehen können.

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

Die geforderte qualifizierte Berufserfahrung orientiert sich an der Zielsetzung des Studienganges Master Leadership & Management und berücksichtigt die nationalen Vorgaben.

Das Zulassungs- bzw. Auswahlverfahren ist transparent und gewährleistet die Gewinnung qualifizierter Studierender entsprechend der Zielsetzung der Studiengänge. Der Nachteilsausgleich für Studierende mit Behinderung ist sichergestellt. Die Studiengänge sind zulassungsfrei.

		Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
2.1	Zulassungsbedingungen	X		
2.2	Auswahl- und Zulassungsverfahren			X



### 3 Inhalte, Struktur und Didaktik

#### 3.1 Inhaltliche Umsetzung

Darstellung der Curriculums-Übersicht Master Wirtschaftsinformatik MWINF-120:

Sem.	Modulcode	Modulname / Kursbezeichnung	ECTS pro Modul	Kursart	Semester / ECTS			
					1	2	3	4
1	MWEC	E-Commerce	10					
	MWEC01	E-Commerce I		Wahlpflichtfach	5			
	MWEC02	E-Commerce II		Wahlpflichtfach	5			
1	DLMIGCR	IT Governance, Compliance und Recht	5					
	DLMIGCR01	IT Governance, Compliance und Recht		Pflichtfach	5			
1	DLMMET	Forschungsmethodik	5					
	MMET01	Forschungsmethodik		Pflichtfach	5			
1	MMAN	Management	10					
	MMAN01	Strategisches Management		Pflichtfach	5			
	MMAN02	Leadership		Pflichtfach	5			
2	siehe Liste	Betriebswirtschaft Wahlpflichtfach A	10					
		Kurs I		Wahlpflichtfach		5		
		Kurs II		Wahlpflichtfach		5		
2	DLMHDG	Seminar Gesellschaftliche Herausforderungen der Digitalisierung	5					
	DLMHDG01	Seminar Gesellschaftliche Herausforderungen der Digitalisierung		Pflichtfach		5		
2	DLMIAM	Anforderungsmanagement	5					
	DLMIAM01	Anforderungsmanagement		Pflichtfach		5		
2	DLMIPC	Managing IT-Projekte und Change	5					
	DLMIPC01	Managing IT-Projekte und Change		Pflichtfach		5		
2	DLMIMFS	IT-Management Fallstudie	5					
	DLMIMFS01	IT-Management Fallstudie		Pflichtfach		5		
3	DLMIDBM	Digitale Business-Modelle	5					
	DLMIDBM01	Digitale Business-Modelle		Pflichtfach			5	
3	DLMISCT	Seminar Current Topics in IT-Management	5					
	DLMISCT01	Seminar Current Topics in IT-Management		Pflichtfach			5	
3	siehe Liste	Informatik Wahlpflichtfach B	10					
		Kurs I		Pflichtfach			5	
		Kurs II		Pflichtfach			5	
3	siehe Liste	Informatik oder Betriebswirtschaft Wahlpflichtfach C	10					
		Kurs I		Wahlpflichtfach			5	
		Kurs II		Wahlpflichtfach			5	
4	MMTH	Masterarbeit	30					
	MMTH01	Masterarbeit		Pflichtfach			29	
	MMTH02	Kolloquium		Pflichtfach			1	
Summe ECTS:			120		30	30	30	30

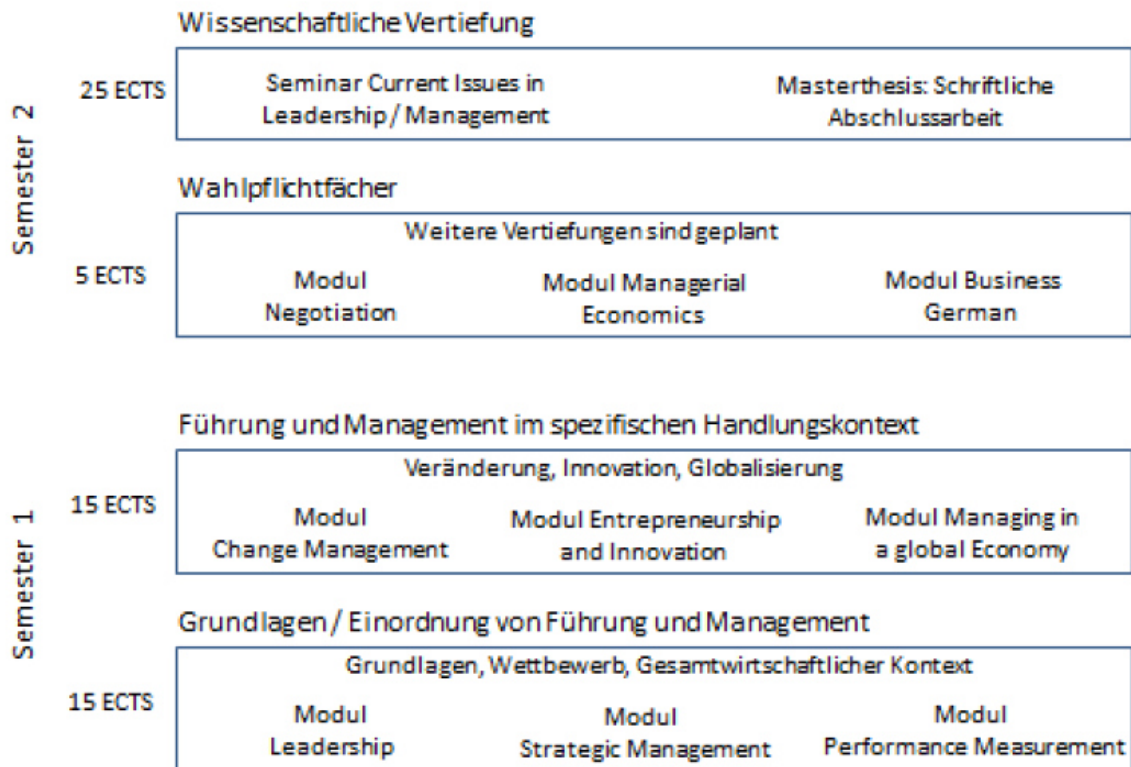
Darstellung der Curriculums-Übersicht Master Wirtschaftsinformatik MWINF-60:

Semester	Modul-code	Modulname / Kursbezeichnung	ECTS pro Modul	Kursart	Semester / ECTS	
					1.	2.
1	DLMIAM	Anforderungsmanagement	5			
	DLMIAM01	Anforderungsmanagement		Pflichtfach	5	
1	DLMIPC	Managing IT-Projekte und Change	5			
	DLMIPC01	Managing IT-Projekte und Change		Pflichtfach	5	
1	DLMIGCR	IT-Governance, Compliance und Recht	5			
	DLMIGCR01	IT-Governance, Compliance und Recht		Pflichtfach	5	
1	DLMIDBM	Digitale Business-Modelle	5			
	DLMIDBM01	Digitale Business-Modelle		Pflichtfach	5	
1	siehe Liste	Wahlpflichtfach* Kurs 1 Kurs 2	10			
				Wahlpflichtfach	5	
				Wahlpflichtfach	5	
2	DLMIMFS	IT-Management Fallstudie	5			
	DLMIMFS01	IT-Management Fallstudie		Pflichtfach		5
2	DLMISCT	Seminar Current Topics in IT-Management	5			
	DLMISCT	Seminar Current Topics in IT-Management		Pflichtfach		5
2	DLMMTH	Masterarbeit	20			
	DLMMTH01	Masterarbeit		Pflichtfach		19
	DLMMTH02	Kolloquium		Pflichtfach		1
Summe ECTS:			60		30	30

Die Pflichtmodule umfassen „Anforderungsmanagement“, „Managing IT-Projekte und Change“, „IT-Governance, Compliance und Recht“, „Digitale Business-Modelle“, „IT-Management Fallstudie“ sowie das Seminar „Seminar Current Topics in IT-Management“. Die Studierenden können unter neun verschiedenen Wahlpflichtmodulen auswählen. Diese sind: „IT-Management“, „Management“, „Strategisches Marketing und Branding“, „Erfolgsorientiertes Controlling“, „E-Commerce“, „No-Frills Software Engineering“, „Mobile Software Engineering“, „IT-Servicemanagement“ und „Business Intelligence“.

Gegenüber der zweisemestrigen Variante erfolgt im Rahmen der viersemestrigen Variante eine weitere inhaltliche Vertiefung von Fragestellungen in der Wirtschaftsinformatik und auch eine breitere und umfassendere Vertiefung allgemeiner betriebswirtschaftlicher Inhalte und Funktionen. So werden im MWINF-120 darüber hinaus folgende Pflichtmodule angeboten: „Forschungsmethodik“, „Management“ und „Seminar Gesellschaftliche Herausforderungen der Digitalisierung“. Der Bereich der Wahlpflichtmodule ist um die Wahlpflichtmodule der zweisemestrigen Variante bis auf das Modul „E-Commerce“, welches in der viersemestrigen Variante nicht angeboten wird, um folgende Wahlpflichtmodule erweitert: „Internationales Rechnungswesen und Finanzierung“, „Management und Consulting“, „Human Resources Management“, „Supply Chain Management“, „Projektmanagement“, „Strategisches Finanzmanagement“, „Strategisches Tourismusmanagement“, „Strategisches Tourismusmanagement“, „Strategisches Luftverkehrsmanagement“, „Strategisches Hotelmanagement“, „Strategisches Servicemanagement“, „Health Care Management A“, Health Care Management B“, „Immobilienwirtschaft“, „Organisations- und Personalentwicklung“, „Sales Management“, „Kommunikation und Public Relations“ und „International Management“.

Darstellung der Logik des Studienganges „Leadership & Management“:



Die Pflichtmodule umfassen „Leadership“, „Strategic Management“, „Performance Measurement“, „Change Management“, „Innovation and Entrepreneurship“. „Managing in a Global Economy“ und das Seminar „Current Issues in Leadership & Management“. Darüber hinaus werden folgende Wahlpflichtfächer angeboten „Negotiation“, „Managerial Economics“ und „Business German“.

Aus den Qualifikationszielen leiten sich für den Master-Studiengang Leadership & Management die folgenden Eckpunkte unmittelbar ab:

Das Studium bezieht die vorhandenen akademischen und durch die berufliche Vorbildung vorhandenen Grundlagen ein und vertieft auf dieser Basis Kenntnisse und Fähigkeiten, um für die Übernahme von Führungsverantwortung und leitenden Positionen zu qualifizieren. Deshalb fokussiert dieser Studiengang auf die Methoden- und Fachkompetenzen, die für den Erfolg in Führungsfunktionen unerlässlich sind.

Darstellung der Curriculums-Übersicht Master Personalmanagement MPM-120:

Semester	Modul-code	Modulname / Kursbezeichnung	ECTS pro Modul	Kursart	Semester / ECTS			
					1	2	3	4
1	MMET MMET01 MMET02	Methodik Forschungsmethodik Angewandte Statistik	10					
				Pflichtfach	5			
				Pflichtfach	5			
1	MMAN MMAN01 MMAN02	Management Strategisches Management Leadership	10					
				Pflichtfach	5			
				Pflichtfach	5			
1	MWPM MWPM01 MWPM02	Human Resource Management Human Resource Management I Human Resource Management II	10					
				Pflichtfach	5			
				Pflichtfach	5			
2	DLMWUG MWIR01 MWIR02	Wirtschaft und Gesellschaft I Wirtschaftsethik Corporate Governance	10					
				Pflichtfach		5		
				Pflichtfach		5		
2	DLMWUGS MWIR03	Wirtschaft und Gesellschaft II Seminar Wirtschaft und Gesellschaft	5					
				Pflichtfach		5		
2	DLMEBR DLMEBR01	Employer Branding und Recruiting Employer Branding und Recruiting	5					
				Pflichtfach		5		
2	DLMFPM DLMFPM01	Fallstudie Personalmanagement Fallstudie Personalmanagement	5					
				Pflichtfach		5		
2	DLMCUP DLMCUP01	Compensation und Personalcontrolling Compensation und Personalcontrolling	5					
				Pflichtfach		5		
3	DLMTUP DLMTUP01	Talentmanagement und Personalentwicklung Talentmanagement und Personalentwicklung	5					
				Pflichtfach			5	
3	siehe Liste	Wahlpflichtmodul A* Kurs I	5					
				Pflichtfach			5	
3	DLMCMO DLMCMO01	Change Management und Organisationsentwicklung Change Management und Organisationsentwicklung	5					
				Pflichtfach			5	
3	DLMSIHRM DLMSIHRM01	Seminar Internationales HR Management Seminar Internationales HR Management	5					
				Pflichtfach			5	
3	siehe Liste	Wahlpflichtmodul B** Kurs I Kurs II	10					
				Wahlpflichtfach			5	
				Wahlpflichtfach			5	
4	MMTH MMTH01 MMTH02	Masterarbeit Masterarbeit Kolloquium	30					
				Pflichtfach				29
				Pflichtfach				1
Summe ECTS:			120		30	30	30	30

Darstellung der Curriculums-Übersicht Master Personalmanagement MPM-60:

Semester	Modul-code	Modulname / Kursbezeichnung	ECTS pro Modul	Kursart	Semester / ECTS	
					1	2
1	MWPM	Human Resource Management	10			
	MWPM01	Human Resource Management I		Pflichtfach	5	
	MWPM02	Human Resource Management II		Pflichtfach	5	
1	DLMMAN	Leadership	5			
	MMAN02	Leadership		Pflichtfach	5	
1	DLMEBR	Employer Branding und Recruiting	5			
	DLMEBR01	Employer Branding und Recruiting		Pflichtfach	5	
1	DLMTUP	Talentmanagement und Personalentwicklung	5			
	DLMTUP01	Talentmanagement und Personalentwicklung		Pflichtfach	5	
1	DLMCUP	Compensation und Personalcontrolling	5			
	DLMCUP01	Compensation und Personalcontrolling		Pflichtfach	5	
2	siehe Liste	Wahlpflichtmodul*	5			
		Kurs 1		Wahlpflichtfach		5
2	DLMSIHRM	Seminar Internationales HR Management	5			
	DLMSIHRM01	Seminar Internationales HR Management		Pflichtfach		5
2	DLMMTH	Masterarbeit	20			
	DLMMTH01	Masterarbeit		Pflichtfach		19
	DLMMTH02	Kolloquium		Pflichtfach		1
<b>Summe ECTS:</b>			<b>60</b>			
					<b>30</b>	<b>30</b>

Die Pflichtmodule umfassen „Human Resources Management“, „Leadership“, „Employer Branding und Recruiting“, „Talentmanagement und Personalentwicklung“, „Compensation und Personalcontrolling“ sowie das Seminar „Internationales HR Management“. Im MPM-120 werden darüber hinaus folgende Pflichtmodule angeboten: „Methodik“, „Management“, „Wirtschaft und Gesellschaft I+II“, „Fallstudie Personalmanagement“ und „Change Management und Organisationsentwicklung“.

Darstellung der Curriculums-Übersicht Master Marketingmanagement MMM-120:

Semester	Modul-code	Modulname / Kursbezeichnung	ECTS pro Modul	Kursart	Semester / ECTS			
					1	2	3	4
1	MMET MMET01 MMET02	Methodik Forschungsmethodik Angewandte Statistik	10					
				Pflichtfach	5			
				Pflichtfach	5			
1	MMAN MMAN01 MMAN02	Management Strategisches Management Leadership	10					
				Pflichtfach	5			
				Pflichtfach	5			
1	DLMKUM DLMKUM01 DLMKUM02	Konsumentenverhalten und Marktforschung Konsumentenverhalten Marktforschung	10					
				Pflichtfach	5			
				Pflichtfach	5			
2	DLMWUG MWIR01 MWIR02	Wirtschaft und Gesellschaft I Wirtschaftsethik Corporate Governance	10					
				Pflichtfach		5		
				Pflichtfach		5		
2	DLMWUGS MWIR03	Wirtschaft und Gesellschaft II Seminar Wirtschaft und Gesellschaft	5					
				Pflichtfach		5		
2	siehe Liste	Wahlpflichtmodul Marketing* Kurs I Kurs II Kurs III	15					
				Wahlpflichtfach		5		
				Wahlpflichtfach		5		
				Wahlpflichtfach		5		
3	DLMIDBM DLMIDBM01	Digitale Business-Modelle Digitale Business-Modelle	5					
				Pflichtfach			5	
3	DLMMFS DLMMFS01	Marketing Fallstudie Marketing Fallstudie	5					
				Pflichtfach			5	
3	DLMMAR MMAR02	Internationales Marketing Internationales Marketing	5					
				Pflichtfach			5	
3	DLMCIM DLMCIM01	Seminar Current Issues im Marketing Seminar Current Issues im Marketing	5					
				Pflichtfach			5	
3	siehe Liste	Wahlpflichtmodul** Kurs I Kurs II	10					
				Wahlpflichtfach			5	
				Wahlpflichtfach			5	
4	MMTH MMTH01 MMTH02	Masterarbeit Masterarbeit Kolloquium	30					
				Pflichtfach				29
				Pflichtfach				1
<b>Summe ECTS:</b>			<b>120</b>		<b>30</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>30</b>



Darstellung der Curriculums-Übersicht Master Marketingmanagement MMM-60:

Semester	Modul-code	Modulname / Kursbezeichnung	ECTS pro Modul	Kursart	Semester / ECTS	
					1	2
1	DLMSMN	Strategisches Management	5			
	MMAN01	Strategisches Management		Pflichtfach	5	
1	DLMMAR	Internationales Marketing	5			
	MMAR02	Internationales Marketing		Pflichtfach	5	
1	DLMKUM	Konsumentenverhalten und Marktforschung	10			
	DLMKUM01	Konsumentenverhalten		Pflichtfach	5	
	DLMKUM02	Marktforschung		Pflichtfach	5	
1+2	siehe Liste	Wahlpflichtmodul*	15			
		Kurs I		Wahlpflichtfach	5	
		Kurs II		Wahlpflichtfach	5	
		Kurs III		Wahlpflichtfach		5
2	DLMCIM	Seminar Current Issues in Marketing	5			
	DLMCIM01	Seminar Current Issues in Marketing		Pflichtfach		5
2	DLMMTH	Masterarbeit	20			
	DLMMTH01	Masterarbeit		Pflichtfach		19
	DLMMTH02	Kolloquium		Pflichtfach		1
Summe ECTS:			60			
					30	30

Die Pflichtmodule umfassen eher den generalistischen Ansatz. Neben „strategischem Management“ werden Marketinginhalte wie „Internationales Marketing“, „Konsumentenverhalten und Marktforschung“ und/oder aktuelle Themen des Marketings im Rahmen des Seminars „Current Issues in Marketing“ vermittelt. Die Wahlpflichtmodule bieten den Studierenden insb. funktionale Vertiefungen bzw. Spezialisierungen, in den Bereichen „Kommunikation und Branding“, „Online- und Social Media“ oder „Sales“.

Gegenüber der zweisemestrigen Variante erfolgt im Rahmen der viersemestrigen Variante eine weitere inhaltliche Vertiefung von Fragestellungen im Marketing und auch eine breitere und umfassendere Vertiefung allgemeiner betriebswirtschaftlicher Inhalte und Funktionen. Die Pflichtmodule umfassen über die des MMM-60 hinausgehend weitere eher generalistische Ansätze, wobei die Studierenden neben der Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten und angewandte Statistik u. a. Kenntnisse in den Bereichen „Markt und Staat“, „strategisches Management“, „Corporate Governance“ sowie „Wirtschaft und Gesellschaft“ erwerben. Ferner werden die Themen „Wirtschaftsethik und Leadership“ als wichtige Schlüsselqualifikationen vertieft. Die Wahlpflichtmodule des dritten Semesters ermöglichen weitere Vertiefungen in Spezialgebieten. Insgesamt stehen den Studierenden 16 unterschiedliche Module zur Wahl. Diese umfassen von „Internationalem Rechnungswesen und Finanzierung“ über „Management und Consulting“ bis „International Management“ verschiedenste Themengebiete.

**Für alle Studiengänge:**

Die Studiengänge sind anwendungsorientiert konzipiert und trotzdem werden aktuelle Forschungs- und Untersuchungsergebnisse aktiv aufgegriffen und im Rahmen der Lerninhalte behandelt. Die IUBH stellt dabei folgende Themen in den Mittelpunkt:

- aktuell vorhandenes Wissen zu lehren und die Fähigkeit zu vermitteln, dieses auf bekannte und neue Probleme anzuwenden sowie nach dem Studienabschluss selbstständig neues Wissen und Fähigkeiten anzueignen.
- studiengangspezifisches Fachwissen in Verbindung mit theoretischem Basiswissen zu vermitteln, so dass die weitere Aneignung und Einordnung von wissenschaftlichen Erkenntnissen in der beruflichen Praxis ermöglicht wird.
- methodisch-analytische Fähigkeiten und zugleich synthetische Fähigkeiten der kontextspezifischen Anwendung von Methoden und Kenntnissen sowie berufsfeldspezifische Schlüsselqualifikation, insbesondere die Fähigkeit zur Kooperation mit fachfremden Partnern und der Auseinandersetzung mit wissenschaftsexternen Anforderungen den Studierenden zu vermitteln.

Diese Lehrinhalte dienen dem Ziel, neben fundiertem Fachwissen und Kenntnissen unterschiedlichster wissenschaftlicher Lehrmeinungen die Fähigkeit zu vermitteln, praxisbezogene Problemstellungen zu erkennen und wissenschaftsbasiert zu lösen.

Für den konsekutiven Master-Fernstudiengang Wirtschaftsinformatik wurde die Abschlussbezeichnung „Master of Science (M.Sc.)“ gewählt, da nach den KMK-Strukturvorgaben, nur Abschlüsse Master of Arts oder Master of Science möglich sind. Da dieser Studiengang als Qualifikationsziel eine explizite Ausrichtung an quantitativen Methoden und technischen Fragestellungen aufweist, ist aus Sicht der IUBH der Abschluss Master of Science die zutreffende Abschlussbezeichnung.

Für den weiterbildenden Master-Fernstudiengang Leadership & Management sowie die konsekutiven Master-Fernstudiengänge Personalmanagement und Marketingmanagement wurde die Abschlussbezeichnung „Master of Arts (M.A.)“ gewählt. Da diese Studiengänge als Qualifikationsziel keine explizite Ausrichtung an quantitativen Methoden, volkswirtschaftlichen Fragestellungen oder technischen Schwerpunkten aufweist, ist aus Sicht der IUBH der Abschluss Master of Arts die zutreffende Studiengangsbezeichnung.

Die in den Modulen festgelegten Prüfungsleistungen sind in Form und Inhalt dazu geeignet, die jeweiligen Lernergebnisse festzustellen. Die Anforderungen entsprechen dem angestrebten Qualifikationsniveau. Die Prüfungen zeichnen sich – sofern didaktisch und methodisch sinnvoll – durch eine Vielfalt der Formen aus. Die Abschlussarbeiten werden unter Anwendung veröffentlichter und einheitlich angewandter Kriterien, Vorschriften und Verfahren bewertet. Die Studierenden weisen insbesondere in der Abschlussarbeit die Befähigung zu wissenschaftlichem Arbeiten und das Erreichen der Qualifikations- und Kompetenzziele des Studienganges nach.

## Bewertung:

Das Curriculum trägt den Zielen der Studiengänge angemessen Rechnung und gewährleistet die angestrebte Kompetenzentwicklung und Berufsbefähigung. Es umfasst die Vermittlung von Fachwissen und fachübergreifendem Wissen sowie von fachlichen, methodischen und generischen Kompetenzen. Die Module sind inhaltlich ausgewogen und sinnvoll miteinander verknüpft. Die definierten Lernergebnisse entsprechen den Anforderungen des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse. Die Master-Studiengänge sind „anwendungsorientiert“, dies spiegelt sich in der Umsetzung der Studiengänge wider.

Der weiterbildende Master-Studiengang „Leadership & Management berücksichtigt die beruflichen Erfahrungen der Studierenden und knüpfen an diese an.

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



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

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

## 3.2 Strukturelle Umsetzung

Struktur Master Wirtschaftsinformatik, Personalmanagement und Marketingmanagement:

Regelstudienzeit	2 bzw. 4 Semester
Anzahl der zu erwerbenden CP	60 bzw. 120 ECTS-Punkte
Studentische Arbeitszeit pro CP	30 h
Anzahl der Module des Studienganges	6 bzw. 12
Bearbeitungsdauer der Abschlussarbeit und deren Umfang in CP	15 Wochen 20 ECTS (Variante 60 CP) bzw. 22 Wochen 30 ECTS (Variante 120 CP)
Module mit weniger als 5 ECTS	keine

Struktur:

Regelstudienzeit	2 Semester
Anzahl der zu erwerbenden CP	60 ECTS-Punkte
Studentische Arbeitszeit pro CP	30 h
Anzahl der Module des Studienganges	11
Bearbeitungsdauer der Abschlussarbeit und deren Umfang in CP	15 Wochen 20 ECTS (MLM-60)
Umfang der Kontaktstunden	230 h (Tutorien)

Struktur Master Wirtschaftsinformatik, Personalmanagement und Marketingmanagement:

In der Variante mit 60 CP werden im ersten Semester die Pflichtmodule angeboten und im zweiten Semester ein Wahlpflichtmodul und die Master-Thesis. In der Variante mit 120 CP werden im ersten Semester ebenfalls Pflichtmodule behandelt und im zweiten und dritten Semester werden die Pflichtmodule um weitere Wahlpflichtmodule ergänzt. Wahlpflichtmodule umfassen jeweils 15 ECTS-Punkte.

Im Master Leadership & Management werden im ersten Semester die Pflichtmodule angeboten und im zweiten Semester ein Wahlpflichtmodul und die Master-Thesis. Die Master-Thesis findet inklusive mündlichem Kolloquium statt.

In den Modulbeschreibungen sind die jeweiligen Workloads, die Lernziele und -inhalte, grundlegender Literatur sowie weitere Angaben zu den Modulen aufgeführt. Die ECTS-Notenvergabe ist durch die Einführung des Diploma Supplements und der Ausweisung der relativen ECTS-Note gewährleistet.

Der maximale studentische Arbeitsaufwand pro Semester beträgt 900 Stunden im Vollzeitstudium. Darüber hinaus sind Teilzeitvereinbarungen vorgesehen, die es den Studierenden erlauben, den Arbeitsaufwand an ihre persönlichen Lebensumstände anzupassen.

- Jede Modulprüfung kann jeden Monat mit einer Voranmeldezeit von einer Woche geschrieben werden.
- Die Anzahl der Modul Prüfungen liegt in der Regel zwischen drei und maximal fünf - jeweils gerechnet pro Semester bei Vollzeitstudium.
- Die Prüfungsorganisation ist angemessen und die Belange von behinderten Studierenden werden berücksichtigt.

Übersicht über die Studienkriterien in APO/SPO (Die Ordnungen sind rechtsgeprüft und rechtskräftig):

Kriterien	Geregelt in § ... der Allgemeinen Prüfungsordnung (APO) sowie der Master-Studien- und Prüfungsordnung (SPO)
Ziele des Studienprogramms	§ 1 SPO des jeweiligen Studienganges (Abschnitt II – Besonders Bestimmungen))
Ziele der Abschlussarbeit	§ 2 SPO
Abschlussgrad	§ 3 SPO
Dauer	§ 2 SPO (Abschnitt II - Besondere Bestimmungen)
Prüfungen	§§ 9 – 13 APO i.V.m. § 7 SPO
Diploma Supplement	§ 19, Abs. 5 APO
Relative ECTS-Note	§ 19, Abs. 5 APO
Nachteilsausgleich	§ 11 Abs. 12 APO
Abschlussarbeit	§§ 14 – 17 APO i.V.m. § 5,6 SPO sowie unter Abschnitt II (Besondere Bestimmungen), § 3 im jeweiligen Studiengang
ECTS	§ 4 APO i.V.m. § 2 SPO im jeweiligen Studiengang (Abschnitt II – Besondere Bestimmungen)

	Wo geregelt in der Prüfungsordnung?
Anerkennung von an anderen Hochschulen erbrachten Leistungen	§ 10 (1) Einschreibungs- und Anerkennungsordnung
Anrechnung von außerhochschulisch erbrachten Leistungen	§ 10 (5) Einschreibungs- und Anerkennungsordnung
Studentische Arbeitszeit pro CP	30 Stunden

Die Studienberatung steht den Studierenden fachübergreifend zur Verfügung. Die Tutorien und Tutoren sowie die Modulverantwortlichen erlauben eine kontinuierliche fachliche Betreuung und stehen neben den Live-Tutorien per E-Mail oder auch nach Vereinbarung telefonisch zur Verfügung. Der studentische Arbeitsaufwand wird aus den studentischen Selbstevaluationen sowie dem Prüfungserfolg der bereits bestehenden Fernstudienprogramme der IUBH berücksichtigt.

## Bewertung:

Die Struktur dient der Umsetzung des Curriculums und fördert den Kompetenzerwerb der Studierenden. Die Studiengänge sind modularisiert; dabei sind die Workload-Angaben klar und nachvollziehbar hergeleitet. Module umfassen mindestens 5 ECTS. Die Modulbeschreibungen enthalten alle erforderlichen Informationen gemäß KMK-Strukturvorgaben.

Studiengang, Studienverlauf und Prüfungsanforderungen sind dokumentiert und veröffentlicht. Die Gesamtregelstudienzeit der konsekutiven Studiengänge beträgt im Vollzeitstudium fünf Jahre (zehn Semester).

Es existiert eine rechtsgültige Prüfungsordnung, sie wurde einer Rechtsprüfung unterzogen. Die Vorgaben für die Studiengänge sind darin unter Einhaltung der nationalen Vorgaben umgesetzt. Anerkennungsregeln für an anderen Hochschulen erbrachte Leistungen gemäß der Lissabon Konvention und außerhochschulisch erbrachte Leistungen sind festgelegt. Ein Anspruch auf Nachteilsausgleich für Studierende mit Behinderung hinsichtlich zeitlicher und formaler Vorgaben im Studium sowie bei allen abschließenden oder studienbegleitenden Leistungsnachweisen ist sichergestellt. Die Abschlussnote wird auch mit einer relativen Note angegeben.

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

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

## 3.3 Didaktisches Konzept

Die IUBH führt aus, dass der erfolgreiche Abschluss eines Fernstudiums sehr stark vom pädagogischen und didaktischen Konzept abhängt. Die folgend dargestellten Lernstrategien haben sich für Fernstudiengänge als erfolgreich erwiesen:

- Individuelle Unterschiede der Lernenden können berücksichtigt werden durch Formatvielfalt, individuelle Kontrolle der Navigation durchs Lehrmaterial und die aktive Mitarbeit der Lernenden. Durch den Verzicht auf Präsenzphasen und die moderne Struktur aller Lernmedien, von Sharepoint bis zum Vodcast, liegt die Kontrolle der Kernprozesse sehr stark beim Studierenden. Die Lehrmaterialien in den Master-Fernstudiengängen unterstützen dies durch eine differenzierte modulare Struktur, ein durchdachtes grafisch unterstütztes Gesamtkonzept, sowie entsprechende Übungsaufgaben.
- Motivation wird gefördert durch die Integration von unterhaltenden Elementen, Personalisierungsmöglichkeiten und multimedialen Inhalt. In allen Studiengängen der IUBH integriert das Angebot an Lehr- und Lernmitteln zum Beispiel verschiedene Arten von multimedialen Inhalten wie Bilder, Videos, Podcasts, News etc. Auch das direkte Feedback ist ein stark motivationsförderndes Element. Im Fernstudium sind nach jeder Lektion online Fragen zu beantworten, die unmittelbar online korrigiert

werden. Innerhalb der Lektion werden sogar nach jeder Lerneinheit Fragen zum Selbsttest gestellt, die ausführlichen Lösungen sind dabei im Anhang aufgeführt.

- Information Overload ist besonders kritisch bei Fernstudienunterlagen und wird reduziert durch die bewusste Limitierung der Menge an Inhalten und der Anzahl an Aktivitäten. Die Lehrmaterialien sind daher in gut rezipierbare, kleinste Einheiten, im Folgenden auch Lernzyklen genannt, aufgeteilt worden. Jeder für sich geschlossene Lernzyklus beinhaltet neues Fachwissen, die Anwendung dieser Inhalte und eine Lernerfolgskontrolle zum Selbsttest.

Die IUBH beschreibt die Computer-gestützten Testfragen am Ende eines jeden Lernzyklus als zeitnahes Feedback über den Lernfortschritt, welches reflektiertes Lernen ermöglicht. Die Interaktion auf Lektionsebene, über Diskussionsfragen, Einzel- und Gruppenübungen mit den Tutoren und anderen Studierenden unterstützt das aktive und soziale Lernen.

Die Online-Tutorien sind interaktiv konzipiert und legen neben der kurzen Darstellung der wesentlichen Lerninhalte einen Schwerpunkt auf die Diskussion von Übungen und Fallstudien. Das Fernstudium der IUBH umfasst folgende Lehrformen:

- Studienskripte: Die Basis bilden streng fernstudiendidaktisch aufbereitete Studienskripte, die sowohl in gedruckter Form als auch als digitale Dokumente (PDFs) für den Computer und mobile Endgeräte den Lernenden zur Verfügung gestellt werden. Der Leitfaden für Autoren gibt den genauen Aufbau eines solchen Lehrbriefes wieder. Darauf aufbauend werden - unter anderem - folgende weitere Lehrformen angeboten:
- Online-Tutorien: Per virtuellem Klassenraum mit VOIP- und videogestützten Elementen durchgeführte Lehrveranstaltung. Neben kurzen Wissensrepräsentationen dienen diese vor allem der Gruppendiskussion von Übungsaufgaben und Praxisbeispielen.
- Vodcasts: Videoaufzeichnungen von frei oder mit Medieneinsatz vorgetragenen Präsentationen, Vorlesungen und Reden. Dient vor allem als ergänzender Weg zur Wissensvermittlung. Erfahrene Professoren und Lehrkräfte erläutern den wesentlichen Stoff der Skripte und erarbeiten Beispiele.
- Screencasts: Aufzeichnung von Übungsaufgaben mit ausführlichen Lösungswegen auf einem Computerbildschirm mit Erläuterungen durch erfahrene Tutoren.
- Podcasts: Vertonter Lerninhalte, die über Abspielgeräte (z. B. MP3-Player, iPod etc.) wiedergegeben werden können.
- Lern-Wikis: Hypertext-Systeme, deren Inhalte von den Studierenden online gelesen und direkt bearbeitet / verändert werden können. Sie ermöglichen ein kollaboratives Arbeiten an Texten.
- Selbsttests: Online-basierte Tests mit direkter Auswertung und Rückmeldung der Testergebnisse.
- E-Mail-Support: Die Tutoren stehen auch für individuelle Fragen per E-Mail jederzeit zur Verfügung. Dabei wird eine Beantwortung innerhalb von spätestens zwei Werktagen garantiert.
- Foren: Hier finden sich Fragen und Antworten sowie Diskussionsbeiträge zu den wichtigsten und immer wiederkehrenden Problemfeldern in den einzelnen Kursen.
- Linklisten: Listen mit URLs zu weiterführender Literatur und relevanten Online-Ressourcen (z. B. Blogs, Nachrichten, Videos, u. ä.)
- Fallstudien: Fallstudien dienen dem Transfer der erworbenen Kompetenzen in die Praxis. Sie sind Bestandteil vieler Skripte, Vodcasts und Tutorien.

Die Lehr- und Lernmaterialien sind an der IUBH für das Fernstudium fernstudiendidaktisch aufbereitet. Die Konzeption der Kurse unterteilt den Lehrstoff in kleine Lerneinheiten, damit diese besser an die Lernzyklen der Fernstudierenden angepasst sind. Jeder Lernzyklus beinhaltet Fachwissen, Anwendungen und Übungen zum Selbsttest. Ein Kurs besteht aus 20 bis 40 Lernzyklen, die in etwa sieben bis zehn Lektionen zusammengefasst werden. Die digi-

talen Lernmaterialien werden den Studierenden zu Beginn des Kurses Online zur Verfügung gestellt und die gedruckten Lehrbriefe werden an die Studierenden per Post versendet.

Gastreferenten werden für freiwillige Präsenzworkshops am Campus in Bad Honnef eingesetzt. Für ausgewählte Veranstaltungen werden Livestreams und Videoaufzeichnungen zur Verfügung gestellt und auf der Lernplattform eingestellt.

Die Tutorien werden zu allen Modulen wöchentlich angeboten und bieten die Möglichkeiten, die Fragen zu klären, welche im Selbststudium offen geblieben sind (siehe hierzu Kapitel 4.1). Die Durchführung erfolgt virtuell in Echtzeit.

## Bewertung:

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

		Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
3.3	Didaktisches Konzept	X		

## 4 Wissenschaftliches Umfeld und Rahmenbedingungen

### 4.1 Personal

Der Anteil der Professoren mit einem ausländischen Bildungshintergrund und im Ausland erworbenen akademischen Abschlüssen beträgt 50 Prozent. Der Lehrkörper der IUBH Fernstudium teilt sich wie folgt aus:

- 8 hauptamtliche Professoren
- 10 nebenamtliche Dozierende
- 2 wissenschaftliche Mitarbeiterinnen

Die IUBH führt aus, dass durch den im Fernstudium zusätzlich entstehenden Deputatsbedarf, für das Wintersemester 2015/16, neben den bereits vorhandenen Stellen, eine zusätzliche Professorenstelle im Fernstudien-Budget vorgesehen ist. Zum Sommersemester 2016 ist eine weitere halbe Professorenstelle Fernstudium in der Personalplanung vorgesehen.

Für Professoren an Hochschulen bestehen die Einstellungsvoraussetzungen, die der § 36 des Gesetzes über die Hochschulen des Landes Nordrhein-Westfalen (Hochschulgesetz – HG) in der Fassung vom 31.10.2006 (in der Fassung vom 16. September 2014) vorschreibt.

Im Sommersemester 2008 hat die IUBH eine Ordnung zur pädagogischen Eignung erlassen. Dort ist insbesondere geregelt, welchem Verfahren sich Professoren vor ihrem Dienstantritt unterziehen müssen, falls sie im Vorfeld noch nicht ausreichend Lehrerfahrung gesammelt haben. Über diese Anforderungen hinaus, werden die Modulverantwortlichen im Fernstudium auf spezielle Kenntnisse und Erfahrungen in Bezug auf die Besonderheiten eines Fernstudiums geprüft und im Bedarfsfall weitergebildet. Unter den Modulverantwortlichen wird von der IUBH ein koordinierter Erfahrungsaustausch organisiert.

Für die kontinuierliche Schulung der Modulverantwortlichen und Tutoren gibt es u. a. eigene Schulungsvideos. Themenbezogen gibt es weitere Schulungsangebote. Diese werden von der Abteilung wissenschaftliche Koordination organisiert.

In der Hochschuladministration mit den Bereichen Buchhaltung, Personal, Marketing, Studienberatung und Informationstechnologie entscheiden die Abteilungsleiter im Rahmen der Zielvereinbarungen mit der Hochschulleitung und der Geschäftsführung. Die kaufmännischen Verwaltungsabläufe (Kernprozesse) bilden die genannten Teilfunktionen. Im Mittelpunkt steht die effiziente Gestaltung finanzwirtschaftlicher und buchhalterischer Abläufe, die Personalbeschaffung und -verwaltung, Marketing und Kommunikation, Eventmanagement und Beziehungsmarketing sowie das Management von intra- und internetbasierten IT-Diensten der Hochschule. Im Bereich Studierenden-Services umfassen die allgemein genutzten Verwaltungsabläufe Prozesse der Karriereberatung und Unterstützung, die Pflege von Auslandsbeziehungen sowie den Aufbau und die Pflege von Alumnibeziehungen nach Abschluss des Studiums.

Folgende spezielle Verwaltungsdienstleistungen für die Fernstudiengänge werden von Bad Reichenhall aus angeboten.

Die laufende Betreuung der Fernstudierenden und die Unterstützung der Sicherstellung ihres Lernfortschritts erfolgt im IUBH Fernstudium auf drei Ebenen:

- Infrastrukturelle Betreuung:  
Hier wird der jederzeitige Zugang zu den Lern- und Verwaltungsressourcen der Hochschule sichergestellt. Die Ansprechbarkeit der IT-Verantwortlichen ist über E-Mail sowie telefonisch in ausreichender Weise sichergestellt.
- Administrative Betreuung:  
Diese obliegt dem Studierendensekretariat und dem Prüfungsamt Fernstudium mit Sitz in Bad Reichenhall. Hier werden alle Fragen der Studienorganisation geklärt und sichergestellt, dass die Studierenden des Fernstudiums einen in organisatorischer Hinsicht optimierten Studienablauf durchführen können.
- Fachliche Betreuung zur Sicherstellung des Studienerfolgs:  
Die fachliche Betreuung und die Lernfortschrittskontrolle werden sowohl durch das elektronische System selbst als auch durch die Zusammenarbeit von Modulverantwortlichen und Tutoren sichergestellt.

## Bewertung:

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

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

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

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

## 4.2 Kooperationen und Partnerschaften (falls relevant)

Dieses Kriterium ist nicht akkreditierungsrelevant, da die Studiengänge nicht in Kooperation mit anderen Hochschulen oder Unternehmen durchgeführt werden.

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

## 4.3 Sachausstattung

Die Fernstudienprogramme der IUBH werden in Form von internetgestützten Studiengängen angeboten. Die schriftlichen Klausur-Prüfungen werden überwiegend in Präsenz abgeleistet. Die Online-Aktivitäten finden über den Online-Campus der IUBH statt. Präsenzphasen können in den Räumlichkeiten in Bad Honnef, Bad Reichenhall oder den Studienzentren in Deutschland, Österreich und der Schweiz stattfinden. Bei Bedarf mietet die IUBH Räumlichkeiten in Einrichtungen der Career Partner Group, im Partnernetzwerk der Hochschule oder bei externen Dienstleistern. Die IUBH stellt dabei sicher, dass die gemietet Räumlichkeiten über die nötige Ausstattung verfügen. Dies umfasst eine behindertengerechte Ausstattung und einen barrierefreien Zugang zu Schulungsräumen und Sanitäranlagen, ein ausreichendes Platzangebot zur Durchführung von Seminaren und Prüfungen, für Studierende und Lehrkräfte zugängliche Aufenthalts- und Erholungsbereichen, sowie bei Bedarf eine den didaktischen Erfordernissen angemessene IT-Infrastruktur (wie WLAN-Zugänge, Drucker, Netzlaufwerke, etc.).

Die Standorte der Studienzentren im Fernstudium umfassen im Einzelnen (in alphabetischer Reihenfolge):

- **Studienzentrum Aachen** – forum M, Buchkremerstr 1-7, D-52062 Aachen
- **Studienzentrum Berlin** – Hochschule für Technik und Wirtschaft HTW, Wilhelminenhofstr. 75a, D-12459 Berlin
- **Studienzentrum Bielefeld** – Heinz-H. Dunker Büroservice, Otto-Brenner-Str. 209, D-33604 Bielefeld
- **Studienzentrum Bad Honnef / Bonn** – Internationale Hochschule Bad Honnef • Bonn, Campus Bad Honnef, Mülheimer Straße 38, D-53604 Bad Honnef
- **Studienzentrum Bremen** – Hochschule Bremen, Werderstraße 73, D-28199 Bremen
- **Studienzentrum Deggendorf** – THD - Technische Hochschule Deggendorf, Edlmairstraße 6 + 8, D-94469 Deggendorf
- **Studienzentrum Dortmund** – BEST WESTERN Parkhotel Wittekindshof, Westfalendamm 270, D-44141 Dortmund
- **Studienzentrum Dresden** – WBS Training AG, Hugo-Junkers-Ring 5, D-01109 Dresden

- **Studienzentrum Düsseldorf** – IUBH Duales Studium, Campus Düsseldorf, Hildebrandt-straße 24c, D-40215 Düsseldorf
- **Studienzentrum Erfurt** – IUBH Duales Studium, Campus Erfurt, Juri-Gagarin-Ring 152, D-99084 Erfurt
- **Studienzentrum Frankfurt (a.M.)** – Schule für Touristik, Gervinusstr. 5-7, D-60322 Frankfurt am Main
- **Studienzentrum Freiburg** – BCF GmbH, Basler Strasse 115, D-79115 Freiburg
- **Studienzentrum Hamburg** – WBS Training AG, Wandalenweg 14, D-20097 Hamburg
- **Studienzentrum Hannover** – WBS Training AG, Pelikanstraße 13, D-30177 Hannover
- **Studienzentrum Kassel** – WBS Training AG, Kölnische Straße 9 - 11, D-34117 Kassel
- **Studienzentrum Kiel** – Hotel Am Segelhafen, Schönberger Straße 32 – 34, D-24148 Kiel - Wellingdorf
- **Studienzentrum Köln** – WBS Training AG, Quatermarkt 5, D-50667 Köln
- **Studienzentrum Leipzig** – WBS Training AG, Naumburgerstraße 23, D-04229 Leipzig
- **Studienzentrum Mannheim** – AK Training+Beratung GmbH, E 2, 1-3, D-68159 Mannheim
- **Studienzentrum München** – IUBH Duales Studium, Campus München, Berg-am-Laim-Straße 47, D-81673 München
- **Studienzentrum Nürnberg** – Technische Hochschule Nürnberg, Georg Simon Ohm, Keßlerplatz 12, D-90489 Nürnberg
- **Studienzentrum Offenbach (a.M.)** – Sirius Konferenzzentrum Offenbach Waldhof, Ferdinand-Porsche-Straße 2, D-63073 Offenbach-Waldhof
- **Studienzentrum Rostock** – Sirius Konferenzzentrum, Industriestraße 15, D-18069 Rostock
- **Studienzentrum Saarbrücken** – ecos office center Saarbrücken, St. Johanner Strasse 41-43, D-66111 Saarbrücken
- **Studienzentrum Stuttgart** – Sirius Konferenzzentrum Stuttgart-Airport, Humboldtstraße 30/32, D-70771 Leinfelden-Echterdingen
- **Studienzentrum Ulm** – Comfort Hotel Ulm/Blaustein, Ulmer Str. 4/1, D-89134 Blaustein
- **Studienzentrum Graz (A)** – TU Graz, Rechbauerstraße 12, A-8010 Graz
- **Studienzentrum Salzburg (A)** – Internationale Hochschule Bad Honnef • Bonn, Campus Bad Reichenhall, Zenostraße 6, D-83435 Bad Reichenhall
- **Studienzentrum Wien (A)** – Seminarzentrum "Werdertür", Werdertorgasse 15/7, A-1010 Wien
- **Studienzentrum Basel (CH)** – Dorint An der Messe Basel, Schönaustrasse 10, CH-4058 Basel
- **Studienzentrum Zürich (CH)** – Novotel Hotel Zürich City West, Schiffbaustraße 13, CH-8005 Zürich

Klausurtermine werden zentral vom Prüfungsamt der IUBH organisiert und durch geschulte Mitarbeiter der Hochschule in den Studienzentren beaufsichtigt. Während der Prüfungstermine steht mindestens ein Mitarbeiter für die Durchführung des Prüfungstermins zur Verfügung. Aufgaben sind dabei, die Vorbereitung der Prüfungsräumlichkeiten, die Anwesenheitskontrolle, Ausgabe von Klausuren und die Entgegennahme am Ende der Klausur. Dieser Mitarbeiter führt ferner die Aufsicht und gibt Rückfragen oder eventuelle Beschwerden an das Prüfungsamt weiter. Wenn es die Gruppengröße erfordert, dann stellt die IUBH weitere Mitarbeiter für die Durchführung der Klausurprüfungen zur Verfügung, damit eine rechtskonforme Prüfung gesichert ist. Bei Problemen mit der Betreuung von Klausurterminen vor Ort können Studierende über die Klausuraufsicht vor Ort sowie über eine Hotline direkte Rück-



sprache mit dem Prüfungsamt aufnehmen. Die Personelle Besetzung des Prüfungsamtes stellt sicher, dass von dieser Option zur Verfügung steht.

Die IUBH führt ferner aus, dass der virtuelle Campus der Fernstudienprogramme im Wesentlichen über vier Systeme abgebildet wird: Das Campus Management System (CMS) „CARE“ zur Verwaltung von Studierendendaten und zur Abbildung administrativer Prozesse, Das Learning Management System (LMS) „CLIX“ zur Bereitstellung von Lerninhalten und der Abbildung von Lernprozessen (inkl. Bereitstellung eines Virtual Classroom), Das Medientransmissionstool „iTunes U“ zur webbasierten Verteilung digitaler Lerninhalte sowie Die Kommunikationslösung „Office365“ für die asynchrone, webbasierte Kommunikation via E-Mail, das Terminmanagement und die Projektarbeit unter Studierenden.

Die IUBH verfügt am Standort Bad Honnef und in Bad Reichenhall über eine Präsenzbibliothek, die auch allen Teilnehmern der Fernstudiengänge zur Verfügung steht. Über den Standort Bad Honnef wird der Zugriff auf die Öffnungszeitenunabhängige, online verfügbare Fachliteratur gewährleistet. Der Library Information Service (LIS) ermöglicht den Fernstudierenden der IUBH über das Campus Extranet (CARE) und das LMS Kursliteratur Zugriff auf weiterführende Dokumente in Form von eBooks und PDFs. Diese umfassen beispielsweise: Zeitschriftenartikel, Einzelne Buchkapitel, Companion Websites, d. h. Verlinkung über das Intranet zu Webseiten von im Unterricht benutzten Standardlehrwerken, Linksammlungen zu Quellen aller Art. Die IUBH bietet ferner einen direkten Zugriff auf diverse E-Book-Plattformen. Hier können die Studierenden die Standardlehrwerke kostenfrei als Download oder als online lesbare Variante (inkl. Druckmöglichkeit) abrufen. Die Studierenden haben darüber hinaus Zugriff auf eine große Zahl an wissenschaftlichen Online-Datenbanken, z. B. EBSCO Business Source Complete, Emerald Management Plus.

## Bewertung:

Die adäquate Durchführung der Studiengänge ist hinsichtlich der qualitativen und quantitativen räumlichen und technischen Ausstattung gesichert. Die Räume und Zugänge sind behindertengerecht ausgestattet und barrierefrei erreichbar.

Die adäquate Durchführung der Studiengänge ist hinsichtlich der Literatursstattung und dem Zugang zu digitalen Medien und relevanten Datenbanken sowie der Öffnungszeiten und Betreuungsangebote der Bibliothek gesichert.

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

## 4.4 Finanzausstattung (relevant für nichtstaatliche Hochschulen)

Die Hochschule finanziert sich in erster Linie durch die Studienentgelte, daneben auch durch Spenden und Zuwendungen im Rahmen des Hochschulpakts.

Für das Jahr 2014 kann die Hochschule insgesamt eine positive Geschäftsbilanz vorweisen und plant dies auch für die Zukunft. Für den Fernstudiengang ist der Break Even Point für das Jahr 2017 geplant. Zur Absicherung eines kontinuierlichen Studienablaufs für alle immatrikulierten Studierenden hat die Hochschule beim zuständigen Ministerium des Landes Nordrhein-Westfalen eine Bürgschaft hinterlegt. Die Höhe der Bürgschaft wird durch das Ministerium in regelmäßigen Abständen angepasst.

## Bewertung:

Eine adäquate finanzielle Ausstattung der Studiengänge ist vorhanden, so dass sichergestellt ist, dass die Studierenden ihr Studium abschließen können.

	Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
4.4 Finanzausstattung	X		

## 5 Qualitätssicherung und Weiterentwicklung

Die IUBH führt aus, dass die Hochschulleitung für die Ausarbeitung der Qualitätssicherungsstrategien verantwortlich ist. Die Hochschule hat im Rahmen der institutionellen Akkreditierung des Wissenschaftsrates Qualitätsziele für die Entwicklung der Studiengänge formuliert und überprüft ihre Umsetzung regelmäßig.

Um eine höchstmögliche Qualität der IUBH-Fernstudienprogramme sicherzustellen, verfolgt das Qualitätssicherungssystem der IUBH die folgenden Ziele:

- Sicherstellung einer hohen Qualitätstransparenz in der Lehre für Hochschulleitung, Lehrkräfte und Studierende,
- Sicherstellung einer hohen Qualitätstransparenz in der administrativen Betreuung für Hochschulleitung, administrative Einheiten und Studierende, Sicherstellung einer hohen Qualitätstransparenz in der technischen Betreuung für Hochschulleitung, technische Einheiten und Studierende,
- Erfassung und Analyse der Lehrqualität auf der Ebene der Studiengänge, Lehrkräfte und Lehrveranstaltungen sowie zu den Dienstleistungen und technischen Prozessen der Hochschule (z. B. Beratungsangebote, Betreuungsprozesse, Mediendistribution, infrastrukturelles Angebot),
- sowie die kontinuierliche Weiterentwicklung der Lehrqualität an der IUBH auf Basis kurs- und dozentenspezifischer sowie administrationsrelevanter Qualitätsmaßnahmen.

Die IUBH hat mit dem Rektoratsmeeting ein Abstimmungsgremium geschaffen, welches für die beteiligten Prorektoren ein fester Bestandteil für das Thema Qualitätssicherung ist. Alle Dozierenden haben die Möglichkeit, systematisch Impulse zur Qualitätssicherung und -steigerung zu geben. Die Studierenden sind über die Evaluationen eingebunden und über die Studierendenvertretungen in den Gremien der Hochschule.

Die Studierenden werden nach Ende eines jeden Kurses automatisch aufgefordert, eine elektronische und anonyme Kursbewertung vorzunehmen. Umfang und Struktur des Online-Fragebogens orientieren sich an den Empfehlungen der HRK. Folgende Kriterien werden abgefragt:

Qualitätsdimension	Qualitätskriterien
1. Qualität des Kurses	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Klarheit von Kurszielen und -agenda</li> <li>▪ Arbeitsaufwand</li> <li>▪ Forcierung der Zusammenarbeit zwischen Studierenden</li> <li>▪ Verknüpfung von Theorie und Praxis</li> <li>▪ Inhaltliche Verbindung zu anderen Lehrveranstaltungen</li> </ul>
2. Qualität der Studienunterlagen	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Nutzungsintensität verschiedener Unterlagen</li> <li>▪ Verständlichkeit der Kursunterlagen</li> <li>▪ Umfang der Kursunterlagen</li> <li>▪ Technische Qualität der Kursunterlagen</li> <li>▪ Fehler in Studienunterlagen</li> </ul>
3. Qualität der Lehrkraft	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Wissen und Themenkompetenz</li> <li>▪ Vorbereitung</li> <li>▪ Vermittlung von Kursziel und -inhalt</li> <li>▪ Präsentationsfähigkeit und Medienkompetenz</li> <li>▪ Erreichbarkeit</li> </ul>

Qualitätsdimension	Qualitätskriterien
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Kommunikationsfähigkeit</li> <li>▪ Motivationsfähigkeit</li> <li>▪ Eingehen auf Fragestellungen</li> </ul>

In Anlehnung an die Vorgehensweise des Centrums für Hochschulentwicklung (CHE) hat die IUBH ein dreistufiges Modell zur Klassifizierung der Lehrqualität beschlossen. Dabei wird auf Basis der Studierendenzufriedenheit mit den Lehrkräften und Kursangeboten zwischen drei Qualitätsebenen, der A-, B- und C-Stufe der Lehrqualität unterschieden:

- Qualitätsstufe A (A-Level-Courses, on top): Zufriedenheit der Studierenden mit der Kursqualität wird mit den Noten 1,0 bis 1,9 bewertet,
- Qualitätsstufe B (B-Level-Courses, moderate): Zufriedenheit der Studierenden mit der Kursqualität wird mit den Noten 2,0 bis 2,9 bewertet,
- Qualitätsstufe C (C-Level-Courses, low): Zufriedenheit der Studierenden wird mit den Noten 3,0 bis 6,0 bewertet.

Die IUBH hat es zum Ziel erklärt, die Zufriedenheit der Studierenden mit der Qualität der Kursangebote und der Dozierenden kontinuierlich zu verbessern. Der Anteil der C-Level Kurse in allen Studiengängen soll mit Hilfe gezielter Maßnahmen minimiert werden (Bsp. Vodcasts, Podcasts, Skripte, Übungsmaterialien, Tutorien usw.). Aktuell liegt der Anteil an C-Level Kursen bei unter fünf Prozent (Basis zweites Halbjahr 2014).

Zweimal im Jahr findet eine formalisierte Selbstevaluation durch die Modulverantwortlichen und Tutoren im Fernstudium statt. Dabei werden alle Eindrücke und Aussagen zu den Lehrveranstaltungen erfasst. Darüber hinaus stehen die Tutoren und Modulverantwortlichen im regelmäßigen Austausch

Fremdevaluationen werden regelmäßig über die Arbeitgeber der IUBH-Absolventen, die Absolventen, den Fachbeirat und die Staatliche Zentralstelle für Fernunterricht (ZFU) durchgeführt. Wichtige Daten die von Absolventen erfasst werden sind: Eckdaten des Studiums (Fachrichtung und Vertiefungen, Gründe für Studienwahl, Einschreibedatum und Studien-

dauer, Note), Bewertung der Lern- und Studiensituation (Qualität der Lehrveranstaltungen, Rahmenbedingungen, technische Ausstattung, Betreuungsqualität, etc.), Bewertung der erworbenen Qualifikationen (Breite und Tiefe der Qualifikationen, relevante Einsatzgebiete, fehlende Inhalte), Gesamtbewertung des Studiums (Nutzen des Studiums, Stärken und Schwächen des Studiums, Weiterempfehlung), Berufsbiografie (berufliche Tätigkeiten vor, während und nach dem Studium, Einschätzung des Nutzens des Fernstudiums auf die berufliche Entwicklung) sowie Demografische Daten (Alter, Familienstand, Einkommen). Der Fachbeirat äußert sich bspw. zu Themen wie der Positionierung der IUBH im Markt der digitalen Bildung, Exzellenz-Kriterien für digitalen Content und Netzwerk-/Community Entwicklung der „digitalen Studierenden“. Die Ergebnisse der regelmäßig stattfindenden Fachbeiratssitzungen werden über die Rektoratsmeetings in die Hochschule getragen.

Die Dokumentation des Fernstudienganges erfolgt in Form von:

1. Einschreibungs- und Anerkennungsordnung
2. Allgemeine Prüfungsordnung,
3. Master-Studien- und Prüfungsordnung M.A.,
4. Modulbeschreibungen auf der Intranetplattform CARE der Hochschule,
5. Studiengangsbroschüre (in der jeweils aktuellen Fassung)
6. Akademischem Jahresbericht der Internationalen Hochschule und
7. Homepage (wird laufend aktualisiert)

Damit wird die Transparenz für Studierende sichergestellt. Weiterhin werden den Studierenden in Informationsveranstaltungen und auf verschiedenen Internet-Portalen die Ziele, der Verlauf und die Inhalte der Studiengänge dargestellt.

## Bewertung:

Ergebnisse des hochschulinternen Qualitätsmanagements werden bei den Weiterentwicklungen der Studiengänge berücksichtigt. Dabei berücksichtigt die Hochschule Evaluationsergebnisse, Untersuchungen der studentischen Arbeitsbelastung, des Studienerfolgs und des Absolventenverbleibs.

		Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
5.	Qualitätssicherung und Weiterentwicklung	X		

# Qualitätsprofil

**Hochschule:** Internationale Hochschule Bad Honnef • Bonn

## Master-Studiengänge:

Wirtschaftsinformatik (M.Sc.)  
 Leadership & Management (M.A.)  
 Personalmanagement (M.A.)  
 Marketingmanagement (M.A.)

Beurteilungskriterien

Bewertungsstufen

		Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
<b>1.</b>	<b>Zielsetzung</b>			
<b>2.</b>	<b>Zulassung</b>			
2.1	Zulassungsbedingungen	X		
2.2	Auswahl- und Zulassungsverfahren			X
<b>3.</b>	<b>Inhalte, Struktur und Didaktik</b>			
3.1	Inhaltliche Umsetzung	X		
3.1.1	Logik und konzeptionelle Geschlossenheit des Curriculums	X		
3.1.2	Begründung der Abschluss- und Studiengangsbezeichnung	X		
3.1.3	Prüfungsleistungen und Abschlussarbeit	X		
3.2	Strukturelle Umsetzung			
3.2.1	Struktureller Aufbau und Modularisierung	X		
3.2.2	Studien- und Prüfungsordnung	X		
3.2.3	Studierbarkeit	X		
3.3	Didaktisches Konzept	X		
<b>4.</b>	<b>Wissenschaftliches Umfeld und Rahmenbedingungen</b>			
4.1	Personal			
4.1.1	Lehrpersonal	X		
4.1.2	Studiengangsleitung und Studienorganisation	X		
4.1.3	Verwaltungspersonal	X		
4.2	Kooperationen und Partnerschaften (falls relevant)			X
4.3	Sachausstattung			
4.3.1	Unterrichtsräume	X		
4.3.2	Zugangsmöglichkeiten zur erforderlichen Literatur	X		
4.4	Finanzausstattung (relevant für nicht-staatliche Hochschulen)	X		
<b>5.</b>	<b>Qualitätssicherung und Weiterentwicklung</b>	X		