

Akkreditierungsbericht

Programmakkreditierung – Bündelverfahren

Raster Fassung 02 – 04.03.2020

[► Inhaltsverzeichnis](#)



Hochschule	EBS Universität für Wirtschaft und Recht
Ggf. Standort	Oestrich-Winkel

Studiengang 01	<i>Master in Finance</i>	
Abschlussbezeichnung	Master of Science (M.Sc.)	
Studienform	Präsenz <input checked="" type="checkbox"/>	Fernstudium <input type="checkbox"/>
	Vollzeit <input checked="" type="checkbox"/>	Intensiv <input type="checkbox"/>
	Teilzeit <input type="checkbox"/>	Joint Degree <input type="checkbox"/>
	Dual <input type="checkbox"/>	Kooperation § 19 StakV <input type="checkbox"/>
	Berufs- bzw. ausbildungsbegleitend <input type="checkbox"/>	Kooperation § 20 StakV <input type="checkbox"/>
Studiendauer (in Semestern)	4	
Anzahl der vergebenen ECTS-Punkte	120	
Bei Masterprogrammen:	konsekutiv <input checked="" type="checkbox"/>	weiterbildend <input type="checkbox"/>
Aufnahme des Studienbetriebs am (Datum)	01.08.2008	
Aufnahmekapazität (Maximale Anzahl der Studienplätze)	50	Pro Semester <input type="checkbox"/> Pro Jahr <input checked="" type="checkbox"/>
Durchschnittliche Anzahl* der Studienanfängerinnen und Studienanfänger	49	Pro Semester <input type="checkbox"/> Pro Jahr <input checked="" type="checkbox"/>
Durchschnittliche Anzahl* der Absolvierenden und Absolventen	41	Pro Semester <input type="checkbox"/> Pro Jahr <input checked="" type="checkbox"/>
* Bezugszeitraum:		

Konzeptakkreditierung	<input type="checkbox"/>
Erstakkreditierung	<input type="checkbox"/>
Reakkreditierung Nr. (Anzahl)	3

Verantwortliche Agentur	Foundation for International Business Administration Accreditation (FIBAA)
Zuständiger Referent	Dr. Dieter Swatek
Akkreditierungsbericht vom	12.09.2023

Studiengang 02	<i>Master in Real Estate</i>	
Abschlussbezeichnung	Master of Science (M.Sc.)	
Studienform	Präsenz <input checked="" type="checkbox"/>	Fernstudium <input type="checkbox"/>
	Vollzeit <input checked="" type="checkbox"/>	Intensiv <input type="checkbox"/>
	Teilzeit <input type="checkbox"/>	Joint Degree <input type="checkbox"/>
	Dual <input type="checkbox"/>	Kooperation § 19 StakV <input type="checkbox"/>
	Berufs- bzw. ausbildungsbegleitend <input type="checkbox"/>	Kooperation § 20 StakV <input type="checkbox"/>
Studiendauer (in Semestern)	4	
Anzahl der vergebenen ECTS-Punkte	120	
Bei Masterprogrammen:	konsekutiv <input checked="" type="checkbox"/>	weiterbildend <input type="checkbox"/>
Aufnahme des Studienbetriebs am (Datum)	01.08.2008	
Aufnahmekapazität (Maximale Anzahl der Studienplätze)	30	Pro Semester <input type="checkbox"/> Pro Jahr <input checked="" type="checkbox"/>
Durchschnittliche Anzahl* der Studienanfängerinnen und Studienanfänger	23	Pro Semester <input type="checkbox"/> Pro Jahr <input checked="" type="checkbox"/>
Durchschnittliche Anzahl* der Absolvierenden und Absolventen	18	Pro Semester <input type="checkbox"/> Pro Jahr <input checked="" type="checkbox"/>
* Bezugszeitraum:		
Konzeptakkreditierung	<input type="checkbox"/>	
Erstakkreditierung	<input type="checkbox"/>	
Reakkreditierung Nr. (Anzahl)	3	

Studiengang 03	<i>Master in Management</i>	
Abschlussbezeichnung	Master of Science (M.Sc.)	
Studienform	Präsenz <input checked="" type="checkbox"/>	Fernstudium <input type="checkbox"/>
	Vollzeit <input checked="" type="checkbox"/>	Intensiv <input type="checkbox"/>
	Teilzeit <input type="checkbox"/>	Joint Degree <input type="checkbox"/>
	Dual <input type="checkbox"/>	Kooperation § 19 StakV <input type="checkbox"/>
	Berufs- bzw. ausbildungsbegleitend <input type="checkbox"/>	Kooperation § 20 StakV <input type="checkbox"/>
Studiendauer (in Semestern)	2	
Anzahl der vergebenen ECTS-Punkte	60	
Bei Masterprogrammen:	konsekutiv <input checked="" type="checkbox"/>	weiterbildend <input type="checkbox"/>
Aufnahme des Studienbetriebs am (Datum)	01.08.2007	
Aufnahmekapazität (Maximale Anzahl der Studienplätze)	40	Pro Semester <input type="checkbox"/> Pro Jahr <input checked="" type="checkbox"/>
Durchschnittliche Anzahl* der Studienanfängerinnen und Studienanfänger		Pro Semester <input type="checkbox"/> Pro Jahr <input type="checkbox"/>
Durchschnittliche Anzahl* der Absolventinnen und Absolventen		Pro Semester <input type="checkbox"/> Pro Jahr <input type="checkbox"/>
* Bezugszeitraum:	Keine Angaben verfügbar, da Umstellung des Studiengangs von 120 auf 60 ECTS-Leistungspunkte	

Konzeptakkreditierung	<input type="checkbox"/>
Erstakkreditierung	<input type="checkbox"/>
Reakkreditierung Nr. (Anzahl)	3

Studiengang 04	<i>Master in Strategy and International Management</i>	
Abschlussbezeichnung	Master of Science (M.Sc.)	
Studienform	Präsenz <input checked="" type="checkbox"/>	Fernstudium <input type="checkbox"/>
	Vollzeit <input checked="" type="checkbox"/>	Intensiv <input type="checkbox"/>
	Teilzeit <input type="checkbox"/>	Joint Degree <input type="checkbox"/>
	Dual <input type="checkbox"/>	Kooperation § 19 StakV <input type="checkbox"/>
	Berufs- bzw. ausbildungsbegleitend <input type="checkbox"/>	Kooperation § 20 StakV <input type="checkbox"/>
Studiendauer (in Semestern)	4	
Anzahl der vergebenen ECTS-Punkte	120	
Bei Masterprogrammen:	konsekutiv <input checked="" type="checkbox"/>	weiterbildend <input type="checkbox"/>
Aufnahme des Studienbetriebs am (Datum)	01.08.2023	
Aufnahmekapazität (Maximale Anzahl der Studienplätze)	55	Pro Semester <input type="checkbox"/> Pro Jahr <input checked="" type="checkbox"/>
Durchschnittliche Anzahl* der Studienanfängerinnen und Studienanfänger		Pro Semester <input type="checkbox"/> Pro Jahr <input type="checkbox"/>
Durchschnittliche Anzahl* der Absolvierenden und Absolventen		Pro Semester <input type="checkbox"/> Pro Jahr <input type="checkbox"/>
* Bezugszeitraum:		

Konzeptakkreditierung	<input type="checkbox"/>
Erstakkreditierung	<input checked="" type="checkbox"/>
Reakkreditierung Nr. (Anzahl)	

Studiengang 05	<i>Master in Marketing</i>	
Abschlussbezeichnung	Master of Science (M.Sc.)	
Studienform	Präsenz <input checked="" type="checkbox"/>	Fernstudium <input type="checkbox"/>
	Vollzeit <input checked="" type="checkbox"/>	Intensiv <input type="checkbox"/>
	Teilzeit <input type="checkbox"/>	Joint Degree <input type="checkbox"/>
	Dual <input type="checkbox"/>	Kooperation § 19 StakV <input type="checkbox"/>
	Berufs- bzw. ausbildungsbegleitend <input type="checkbox"/>	Kooperation § 20 StakV <input type="checkbox"/>
Studiendauer (in Semestern)	4	
Anzahl der vergebenen ECTS-Punkte	120	
Bei Masterprogrammen:	konsekutiv <input checked="" type="checkbox"/>	weiterbildend <input type="checkbox"/>
Aufnahme des Studienbetriebs am (Datum)	01.08.2023	
Aufnahmekapazität (Maximale Anzahl der Studienplätze)	30	Pro Semester <input type="checkbox"/> Pro Jahr <input checked="" type="checkbox"/>
Durchschnittliche Anzahl* der Studienanfängerinnen und Studienanfänger		Pro Semester <input type="checkbox"/> Pro Jahr <input type="checkbox"/>
Durchschnittliche Anzahl* der Absolvierenden und Absolventen		Pro Semester <input type="checkbox"/> Pro Jahr <input type="checkbox"/>
* Bezugszeitraum:	Keine Daten verfügbar, da Erstakkreditierung	

Konzeptakkreditierung	<input type="checkbox"/>
Erstakkreditierung	<input checked="" type="checkbox"/>
Reakkreditierung Nr. (Anzahl)	

Studiengang 06	<i>Master in Business Analytics</i>	
Abschlussbezeichnung	Master of Science (M.Sc.)	
Studienform	Präsenz <input checked="" type="checkbox"/>	Fernstudium <input type="checkbox"/>
	Vollzeit <input checked="" type="checkbox"/>	Intensiv <input type="checkbox"/>
	Teilzeit <input type="checkbox"/>	Joint Degree <input type="checkbox"/>
	Dual <input type="checkbox"/>	Kooperation § 19 StakV <input type="checkbox"/>
	Berufs- bzw. ausbildungs- begleitend <input type="checkbox"/>	Kooperation § 20 StakV <input type="checkbox"/>
Studiendauer (in Semestern)	4	
Anzahl der vergebenen ECTS-Punkte	120	
Bei Masterprogrammen:	konsekutiv <input checked="" type="checkbox"/>	weiterbildend <input type="checkbox"/>
Aufnahme des Studienbetriebs am (Datum)	01.08.2023	
Aufnahmekapazität (Maximale Anzahl der Studienplätze)	30	Pro Semester <input type="checkbox"/> Pro Jahr <input checked="" type="checkbox"/>
Durchschnittliche Anzahl* der Studien- anfängerinnen und Studienanfänger		Pro Semester <input type="checkbox"/> Pro Jahr <input type="checkbox"/>
Durchschnittliche Anzahl* der Absolven- tinnen und Absolventen		Pro Semester <input type="checkbox"/> Pro Jahr <input type="checkbox"/>
* Bezugszeitraum:	Keine Daten verfügbar, da Erstakkreditierung	

Konzeptakkreditierung	<input type="checkbox"/>
Erstakkreditierung	<input checked="" type="checkbox"/>
Reakkreditierung Nr. (Anzahl)	

Inhalt

Ergebnisse auf einen Blick	9
Studiengang 01: Master in Finance (M.Sc.).....	9
Studiengang 02: Master in Real Estate (M.Sc.).....	9
Studiengang 03: Master in Management (M.Sc.).....	10
Studiengang 04: Master in Strategy and International Management (M.Sc.).....	10
Studiengang 05: Master in Marketing (M.Sc.).....	11
Studiengang 06: Master in Business Analytics (M.Sc.).....	11
Kurzprofile des Studiengangs	12
Studiengang 01: Master in Finance (M.Sc.).....	12
Studiengang 02: Master in Real Estate (M.Sc.).....	12
Studiengang 03: Master of Management.....	13
Studiengang 04: Master of Strategy and International Management.....	13
Studiengang 05: Master in Marketing (M.Sc.).....	14
Studiengang 06: Master in Business Analytics (M.Sc.).....	14
Zusammenfassende Qualitätsbewertung des Gutachtergremiums	16
Zusammenfassung für alle sechs Studiengänge	16
1 PRÜFBERICHT: ERFÜLLUNG DER FORMALEN KRITERIEN	17
Studienstruktur und Studiendauer (§ 3 StakV)	17
Studiengangsprofile (§ 4 StakV)	18
Zugangsvoraussetzungen und Übergänge zwischen Studienangeboten (§ 5 StakV)	19
Abschlüsse und Abschlussbezeichnungen (§ 6 StakV)	20
Modularisierung (§ 7 StakV)	20
Leistungspunktesystem (§ 8 StakV)	20
Anerkennung und Anrechnung (Art. 2 Abs. 2 StAkkrStV)	21
2 GUTACHTEN: ERFÜLLUNG DER FACHLICH-INHALTLICHEN KRITERIEN	22
2.1 Schwerpunkte der Bewertung / Fokus der Qualitätsentwicklung	22
2.2 Erfüllung der fachlich-inhaltlichen Kriterien	24
Qualifikationsziele und Abschlussniveau (§ 11 StakV)	24

Schlüssiges Studiengangskonzept und adäquate Umsetzung (§ 12 StakV).....	28
Fachlich-Inhaltliche Gestaltung der Studiengänge (§ 13 StakV).....	54
Studienerfolg (§ 14 StakV)	55
Geschlechtergerechtigkeit und Nachteilsausgleich (§ 15 StakV).....	57
3 BEGUTACHTUNGSVERFAHREN	59
3.1 Allgemeine Hinweise	59
3.2 Rechtliche Grundlagen	59
3.3 Gutachtergremium	59
4 DATENBLATT	60
4.1 Daten zu den Studiengängen zum Zeitpunkt der Begutachtung.....	60
4.2 Daten zur Akkreditierung.....	66
Glossar	67

Ergebnisse auf einen Blick

Studiengang 01: Master in Finance (M.Sc.)

Entscheidungsvorschlag der Agentur zur Erfüllung der formalen Kriterien gemäß Prüfbericht (Ziffer 1)

Die formalen Kriterien sind

- erfüllt
- nicht erfüllt

Entscheidungsvorschlag des Gutachtergremiums zur Erfüllung der fachlich-inhaltlichen Kriterien gemäß Gutachten (Ziffer 2)

Die fachlich-inhaltlichen Kriterien sind

- erfüllt
- nicht erfüllt

Studiengang 02: Master in Real Estate (M.Sc.)

Entscheidungsvorschlag der Agentur zur Erfüllung der formalen Kriterien gemäß Prüfbericht (Ziffer 1)

Die formalen Kriterien sind

- erfüllt
- nicht erfüllt

Entscheidungsvorschlag des Gutachtergremiums zur Erfüllung der fachlich-inhaltlichen Kriterien gemäß Gutachten (Ziffer 2)

Die fachlich-inhaltlichen Kriterien sind

- erfüllt
- nicht erfüllt

Studiengang 03: Master in Management (M.Sc.)

Entscheidungsvorschlag der Agentur zur Erfüllung der formalen Kriterien gemäß Prüfbericht (Ziffer 1)

Die formalen Kriterien sind

erfüllt

nicht erfüllt

Entscheidungsvorschlag des Gutachtergremiums zur Erfüllung der fachlich-inhaltlichen Kriterien gemäß Gutachten (Ziffer 2)

Die fachlich-inhaltlichen Kriterien sind

erfüllt

nicht erfüllt

Studiengang 04: Master in Strategy and International Management (M.Sc.)

Entscheidungsvorschlag der Agentur zur Erfüllung der formalen Kriterien gemäß Prüfbericht (Ziffer 1)

Die formalen Kriterien sind

erfüllt

nicht erfüllt

Entscheidungsvorschlag des Gutachtergremiums zur Erfüllung der fachlich-inhaltlichen Kriterien gemäß Gutachten (Ziffer 2)

Die fachlich-inhaltlichen Kriterien sind

erfüllt

nicht erfüllt

Studiengang 05: Master in Marketing (M.Sc.)

Entscheidungsvorschlag der Agentur zur Erfüllung der formalen Kriterien gemäß Prüfbericht (Ziffer 1)

Die formalen Kriterien sind

erfüllt

nicht erfüllt

Entscheidungsvorschlag des Gutachtergremiums zur Erfüllung der fachlich-inhaltlichen Kriterien gemäß Gutachten (Ziffer 2)

Die fachlich-inhaltlichen Kriterien sind

erfüllt

nicht erfüllt

Studiengang 06: Master in Business Analytics (M.Sc.)

Entscheidungsvorschlag der Agentur zur Erfüllung der formalen Kriterien gemäß Prüfbericht (Ziffer 1)

Die formalen Kriterien sind

erfüllt

nicht erfüllt

Entscheidungsvorschlag des Gutachtergremiums zur Erfüllung der fachlich-inhaltlichen Kriterien gemäß Gutachten (Ziffer 2)

Die fachlich-inhaltlichen Kriterien sind

erfüllt

nicht erfüllt

Kurzprofile des Studiengangs

Studiengang 01: Master in Finance (M.Sc.)

Der konsekutive Vollzeitstudiengang Master in Finance ist forschungsorientiert ausgerichtet und enthält hohe Anteile methodischer bzw. quantitativer Inhalte und spiegelt dies auch in der Abschlussbezeichnung „Master of Science“ entsprechend wider.

Der international ausgerichtete englischsprachige Studiengang wird in vier verschiedenen Tracks angeboten. Jeder Track enthält zwei Inlandssemester an der Hochschule selbst. Das dritte Semester kann von den Studierenden entweder an einer der über 100 ausländischen Partnerhochschulen (Semester Abroad Track) absolviert oder in einem längeren Praktikum (Practice Track) abgelegt werden¹. Nicht-deutschsprachige Studierende können wahlweise das dritte Semester auch an der Hochschule selbst verbringen und erhalten während ihres gesamten Studiums curricularen Deutschunterricht (German Track). Studierende, die bei Studienbeginn über 240 ECTS-Leistungspunkte verfügen, schließen das Studium bereits nach zwei Semestern ab (Accelerated Track). Inhaltlich konzentrieren sich die Pflichtmodule auf eine breite Grundausbildung im Finanzbereich. Die Wahlmodule sehen eine Wahl zwischen den Bereichen Investment Banking und Corporate Finance vor.

Der Studiengang enthält mit dem Modul „Applied Corporate Valuation“ eine Vorbereitung der Studierenden auf die Teilnahme an der CFA-Challenge². Die forschungsorientierte Ausrichtung legt zugleich die Basis für eine mögliche universitäre Laufbahn.

Neben der fachlichen Ausbildung dienen die quantitativen Methodenmodule sowie das Skills Modul „Essential Skills for Modern Financial Professionals“ der Persönlichkeitsentwicklung, der Auseinandersetzung mit aktuellen gesellschaftlichen Themen wie ESG (Environmental, Social und Governance) und dem Erwerb von Führungs- sowie Methodenkompetenz. Der Studiengang schließt mit einer Master-Thesis im Umfang von 30 ECTS-Leistungspunkten ab.

Studiengang 02: Master in Real Estate (M.Sc.)

Der konsekutive Vollzeitstudiengang Master in Real Estate ist ebenfalls forschungsorientiert ausgerichtet und mit einem hohen Anteil methodischer bzw. quantitativer Inhalte konzipiert. Dies soll auch die Abschlussbezeichnung „Master of Science“ zum Ausdruck bringen. Die forschungsorientierte Ausrichtung legt zugleich die Basis für eine mögliche universitäre Laufbahn.

Der international ausgerichtete, englischsprachige Studiengang wird in der gleichen Form wie der Studiengang 01 in vier verschiedenen Tracks angeboten. Studierende mit 240 ECTS-Leistungspunkten bei Studienbeginn können das Studium bereits nach zwei Semestern abschließen (Accelerated Track).

In den spezialisierenden Modulen des Studiengangs werden komplexe Investitions- und Finanzierungsstrukturen, die Bewertung von Immobilien mit physischen Standortbesuchen sowie die Cashflow-Modellierung behandelt. Zugleich werden Innovation und Unternehmertum im

¹ Optional wird die Möglichkeit eines Doppelabschlusses an einer Partnerhochschule durch Verlängerung des Auslandsaufenthalts angeboten.

² Die CFA Institute Research Challenge wird veranstaltet von der weltweit tätigen gleichnamigen wissenschaftlichen Vereinigung. Es ist ein jährlich weltweit stattfindender Wettbewerb, bei dem Studierende die Rolle eines Research Analysten einnehmen und einen Equity Report für ein börsengehandeltes Unternehmen anfertigen.

Immobilienbereich sowie die praktische Anwendung der Theorie sowohl national als auch international besonders gefördert. Dies wird durch die bereits in der Vergangenheit in hohem Maße praktizierte enge Zusammenarbeit mit in- und ausländischen Firmen sowohl in der Konzeption der Modulinhalte als auch in der Lehre selbst realisiert.

Neben der fachlichen Ausbildung dienen die Skills & Methods Module der Persönlichkeitsentwicklung, der Auseinandersetzung mit aktuellen gesellschaftlichen Themen wie ESG und dem Erwerb von Führungs- sowie Methodenkompetenz.

Der Studiengang schließt mit einer Master-Thesis im Umfang von 30 ECTS-Leistungspunkten ab.

Studiengang 03: Master in Management

Der konsekutive Vollzeitstudiengang Master in Management ist forschungsorientiert ausgerichtet und enthält einen hohen Anteil methodischer bzw. quantitativer Inhalte. Dies spiegelt auch die Abschlussbezeichnung „Master of Science“ wider. Zugleich wird damit auch die Basis für eine mögliche universitäre Laufbahn gelegt.

Inhaltlich stellen die praxisorientiert konzipierten und gelehrten Module eine generalistische Managementausbildung sicher. Die Studierenden sollen befähigt werden, als künftige Führungskräfte Veränderungsprozesse zu gestalten und Führungsverantwortung zu übernehmen. Hierzu enthält der Studiengang eine umfassende Ausbildung in den Grundsatzthemen des strategischen und internationalen Managements, im Bereich der Wettbewerbsstrategien und Gesamtunternehmensstrategie sowie des Strategic Entrepreneurship. Sie wird ergänzt durch eine managementorientierte Ausbildung in Finance, Accounting und Economics sowie in den Grundlagen des Managements von Menschen und Organisationen. Im Wahlbereich des Programms können Studierende gemäß ihren persönlichen Interessen weitere Spezialbereiche vertiefen, z. B. Entrepreneurship oder Kurse im Themenbereich ESG. Neben der fachlichen Ausbildung dienen die Skills & Methods Module der Persönlichkeitsentwicklung, der Auseinandersetzung mit aktuellen gesellschaftlichen Themen wie ESG und dem Erwerb von Führungs- sowie Methodenkompetenz.

Der Studiengang schließt mit einer Master-Thesis im Umfang von 15 ECTS-Leistungspunkten ab und wird lediglich als Accelerated Track durchgeführt.

Studiengang 04: Master in Strategy and International Management

Der konsekutive Vollzeitstudiengang Master in Strategy and International Management ist forschungsorientiert ausgerichtet und enthält einen hohen Anteil methodischer bzw. quantitativer Inhalte. Dies spiegelt sich auch in der Abschlussbezeichnung „Master of Science“ wider. Zugleich wird mit der forschungsorientierten Ausrichtung auch die Basis für eine mögliche universitäre Laufbahn gelegt.

Der international ausgerichtete, englischsprachige Studiengang wird in drei verschiedenen Tracks angeboten (Semester Abroad Track, Practice Track und German Track).

Der Masterstudiengang vermittelt auf der Basis einer generalistischen Managementausbildung eine intensive Vertiefung in fortgeschrittene Themen des strategischen und internationalen Managements mit besonderem Fokus auf Fragestellungen des technologiegetriebenen

strategischen Wandels. Im Wahlbereich können Studierende gemäß ihren persönlichen Interessen weitere Spezialbereiche vertiefen, z. B. Entrepreneurship oder Kurse im Themenbereich ESG.

Der Studiengang strebt eine enge Zusammenarbeit mit Unternehmen sowohl in der Konzeption der Modulinhalte als auch in der Lehre an. Neben der fachlichen Ausbildung dienen Skills & Methods Module der Persönlichkeitsentwicklung, der Auseinandersetzung mit aktuellen gesellschaftlichen Themen wie ESG und dem Erwerb von Führungs- sowie Methodenkompetenz. Der Studiengang schließt mit einer Masterthesis im Umfang von 15 ECTS-Leistungspunkten ab.

Studiengang 05: Master in Marketing (M.Sc.)

Der konsekutive Vollzeitstudiengang „Master in Marketing“ ist forschungsorientiert ausgerichtet und enthält einen hohen Anteil methodischer bzw. quantitativer Inhalte und spiegelt das auch in der Abschlussbezeichnung „Master in Science“ wider. Zugleich wird mit dieser Ausrichtung die Basis für eine mögliche universitäre Laufbahn gelegt.

Der international ausgerichtete, englischsprachige Studiengang wird in der gleichen Form wie die Studiengänge eins und zwei in vier verschiedenen Tracks angeboten. Studierende mit 240 ECTS-Leistungspunkten bei Studienbeginn können auch hier ihr Studium im Accelerated Track bereits nach zwei Semestern abschließen.

Die fachlich spezialisierenden Module dienen der Vermittlung der Grundsätze und Techniken des modernen Marketings im digitalen Zeitalter. Dabei liegen die Schwerpunkte in der Digitalisierung, der Nachhaltigkeit, Strategie und Innovation sowie in der praktischen Anwendung der Theorie. Das geschieht durch enge Zusammenarbeit mit Firmen sowohl in der Konzeption der Modulinhalte als auch in der Lehre. Neben der fachlichen Ausbildung dienen die sog. Skills & Methods Module der Persönlichkeitsentwicklung und dem Erwerb von Führungs- sowie Methodenkompetenz. Der Studiengang schließt mit einer Master-These im Umfang von 30 ECTS-Leistungspunkten ab.

Studiengang 06: Master in Business Analytics (M.Sc.)

Der konsekutive Vollzeitstudiengang „Master in Business Analytics“ ist forschungsorientiert ausgerichtet und enthält einen hohen Anteil methodischer bzw. quantitativer Inhalte und spiegelt das auch mit der Abschlussbezeichnung „Master in Science“ wider. Zugleich wird mit dieser Ausrichtung die Basis für eine mögliche universitäre Laufbahn gelegt. Studierende mit 240 ECTS-Leistungspunkten bei Studienbeginn können im Accelerated Track das Studium bereits nach zwei Semestern abschließen.

Der Masterstudiengang kombiniert Datenvisualisierung, Statistik, maschinelles Lernen und Natural Language Processing, um Studierenden praxisnahe Lösungen für komplexe Geschäftsprobleme zu vermitteln. Durch praxisorientierte Anwendung und innovative Projekte sollen Studierende befähigt werden, komplexe Geschäftsprobleme zu lösen und datengetriebene Entscheidungen in verschiedenen Unternehmensbereichen zu unterstützen. Das geschieht auch durch enge Zusammenarbeit mit Firmen sowohl in der Konzeption der Modulinhalte als auch in der Lehre. Neben der fachlichen Ausbildung dienen die Skills & Methods Module der

Bündel Master in Finance (M.Sc.), Master in Real Estate (M.Sc.), Master in Strategy and International Management (M.Sc.), Master in Management (M.Sc.), Master in Marketing (M.Sc.), Master in Business Analytics (M.Sc.)

Persönlichkeitsentwicklung und dem Erwerb von Führungs- sowie Methodenkompetenz. Der Studiengang schließt mit einer Master-Thesis im Umfang von 30 ECTS-Leistungspunkten ab.

Zusammenfassende Qualitätsbewertung des Gutachtergremiums

Zusammenfassung für alle sechs Studiengänge

Der Gesamteindruck des Gutachtergremiums hinsichtlich aller sechs Studiengänge ist sehr positiv. Die (neue) Hochschulleitung hat die Notwendigkeit eines Neuanfangs überzeugend genutzt, das teilweise unübersichtliche M.Sc.-Studiengangsprogramm nachhaltig zu ordnen, zu restrukturieren und aufzufrischen. Insbesondere die strukturellen Veränderungen des bisherigen „Management-Masters“ mit seinen bisher unterschiedlichen Spezialisierungen führen zu mehr Transparenz und Übersicht. Außerdem wurden neue aktuelle Themen aufgenommen bzw. vertieft. Diese sollten für mehr Attraktivität auch für nicht deutschsprachige Studieninteressierte sorgen.

Aus dem Selbstbericht und in der Begehung wurde deutlich, dass die Business School ihr Studienprogramm systematisch und organisch weiterentwickelt hat. Dies sowohl aus den Bedürfnissen der Hochschule selbst (attraktive Programme insbesondere um wieder mehr Nachfrage zu generieren) als auch um den wissenschaftlichen Anschluss an neuere Entwicklungen wie Digitalisierung und Nachhaltigkeit insbesondere in der Forschung nicht zu verlieren. Die sechs Studiengänge passen nunmehr insgesamt so zueinander, dass sie sich hinsichtlich der Personalausstattung ergänzen und auch nicht nur auf der Methodenebenen vielfältigen fachlichen Austausch ermöglichen.

Die Gespräche vor Ort haben dem Gutachtergremium einen vertieften Eindruck darüber vermittelt, welche Inhalte angeboten und welche Qualifikationsziele erreicht werden sollen. Die Inhalte und Strukturen der Curricula sind nach Auffassung des Gutachtergremiums gut geeignet, die Studierenden nach ihrem Studienabschluss zu befähigen, problemlos eine qualifizierte Erwerbstätigkeit in den jeweils angestrebten Arbeitsfeldern ausüben zu können. Kleine Gruppengrößen, kurze Kommunikationswege, passende Personalausstattung und großzügige, technisch gut ausgestattete Lehr- und Lernräume sowie die Forschungsaktivitäten bestätigen konkret diesen Eindruck.

1 Prüfbericht: Erfüllung der formalen Kriterien

(gemäß Art. 2 Abs. 2 StAkkrStV und §§ 3 bis 8 und § 24 Abs. 3 StakV)

Studienstruktur und Studiendauer (§ 3 StakV)

Sachstand/Bewertung

Alle sechs zu akkreditierenden englischsprachigen Masterstudiengänge mit dem Abschluss Master of Science (künftig: „M.Sc.-Studiengänge“) umfassen mit einer Ausnahme 120 ECTS-Leistungspunkte bei einer Regelstudienzeit von vier Semestern. Der Studiengang Master in Management (M.Sc.) hat einen Umfang von 60 ECTS-Leistungspunkten, seine Regelstudienzeit beträgt zwei Semester.

Die Studiengänge sind konsekutiv zum Bachelorstudiengang in Business Studies (B.Sc.) und Bachelor in Law, Politics, and Economics (B.A.) an der EBS Universität mit jeweils 180 ECTS-Leistungspunkte und werden in unterschiedlichen Studienrichtungen (Tracks) angeboten (vgl. dazu auch die folgende Übersicht).

Tracks der Studiengänge Finance, Marketing, Real Estate, Business Analytics

- a) Semester Abroad Track
 - i. 60 ECTS-Leistungspunkte, Module an der EBS
 - ii. 30 ECTS-Leistungspunkte, Masterthesis
 - iii. 30 ECTS-Leistungspunkte, Auslandsstudium
- b) Practice Track
 - i. 60 ECTS-Leistungspunkte, Module an der EBS
 - ii. 30 ECTS-Leistungspunkte, Masterthesis
 - iii. 30 ECTS-Leistungspunkte, Praxissemester
- c) German Track (Sprache: Deutsch)
 - i. ECTS-Leistungspunkte, Module an der EBS, davon 21 ECTS-Leistungspunkte für das Modul German Language and Culture.
 - ii. 30 ECTS-Leistungspunkte, Masterthesis
- d) Accelerated Track
 - i. 45 ECTS-Leistungspunkte, Module an der EBS
 - ii. 15 ECTS-Leistungspunkte, Masterthesis

Tracks des Studiengangs Strategy and International Management

- a) Semester Abroad Track
 - i. 69 ECTS-Leistungspunkte, Module an der EBS
 - ii. 6 ECTS-Leistungspunkte, Pflichtpraktikum
 - iii. 15 ECTS-Leistungspunkte, Masterthesis
 - iv. 30 ECTS-Leistungspunkte, Auslandsstudium

b) Practice Track

- i. 69 ECTS-Leistungspunkte, Module an der EBS
- ii. 6 ECTS-Leistungspunkte, Pflichtpraktikum
- iii. 15 ECTS-Leistungspunkte, Masterthesis
- iv. 30 ECTS-Leistungspunkte, Praxissemester

c) German Track

- i. 99 ECTS-Leistungspunkte Module an der EBS, davon 21 ECTS-Leistungspunkte für das Modul German Language and Culture
- ii. 6 ECTS-Leistungspunkte Pflichtpraktikum
- iii. 15 ECTS-Leistungspunkte Master Thesis

Studiengang Management

- i. 45 ECTS-Leistungspunkte, Module an der EBS
- ii. 15 ECTS-Leistungspunkte, Masterthesis

Alle 120 ECTS-Leistungspunkte Masterstudiengänge werden als „Semester Abroad Track“ angeboten. Dabei finden die ersten zwei Semester an der EBS statt, das dritte Semester verbringen die Studierenden im Ausland an einer Partneruniversität der Hochschule. Im Master in Strategy and International Management (M.Sc.) findet das Auslandssemester im vierten Semester statt. Alternativ zum „Semester Abroad Track“ werden die Studiengänge auch als „German Track“ und „Practice Track“ angeboten. Im Master in Finance, in Business Analytics, in Marketing und in Real Estate gibt es darüber hinaus noch die Möglichkeit eines „Accelerated Track“ für Bewerbende mit entsprechend höheren akademischen oder beruflichen Vorqualifikationen. Der Master in Management wird nur als Variante im Accelerated Track angeboten.

Entscheidungsvorschlag

Kriterium ist erfüllt.

Studiengangsprofile (§ 4 StakV)

Sachstand/Bewertung

Die M.Sc.-Studiengänge sind forschungsorientiert. Es wird das Ziel verfolgt, Studierende auf der Basis der vermittelten wissenschaftlichen Methoden zu eigenständigen Forschungsarbeiten anzuregen. Studierende sollen in der Lage sein, komplexe Problemstellungen aufzugreifen und mit wissenschaftlichen Methoden zu bearbeiten. Ziel der Studiengänge ist es, Studierende zu befähigen, eigenständig wissenschaftliche und praktische Probleme zu erkennen, zu strukturieren und zu lösen sowie mit Änderungen von theoretischen und praktischen Rahmenbedingungen umzugehen. In den Studiengängen wird die Vermittlung von Fach- und Methodenwissen sowie von persönlichen und sozialen Kompetenzen gewährleistet.

Mit der Masterthesis als studienbegleitender Abschlussarbeit sollen die Studierenden gemäß der jeweiligen SPO (§ 4.2.1, Ziff.3) nachweisen, dass sie in der Lage sind, in einer vorgegebenen Frist, die in der jeweiligen SPO geregelt ist, ein Thema eigenständig und mit adäquaten wissenschaftlichen Methoden zu bearbeiten und anschaulich zu vermitteln. Dabei können sowohl anwendungs- als auch forschungsbezogene Problemstellungen für die Masterthesis gewählt werden:

- Wissenschaftliche Fragestellungen in Forschungsprojekten, die ggf. publiziert werden;
- Phänomene, die die Studierenden während einer Praxisphase beobachtet haben;
- Problemstellungen, die die/der Studierende in einem Beratungsprojekt erfahren hat.

Entscheidungsvorschlag

Kriterium ist erfüllt.

Zugangsvoraussetzungen und Übergänge zwischen Studienangeboten (§ 5 StakV)

Sachstand/Bewertung

Die in den einzelnen Studien- und Prüfungsordnungen geregelten Zugangsvoraussetzungen verlangen den Nachweis eines ersten berufsqualifizierenden Abschlusses einer deutschen oder ausländischen Hochschule mit einem Leistungsumfang von mindestens 180 ECTS-Leistungspunkten in den Abroad, Practice und German Tracks

Zum German Track werden ausschließlich nicht-deutschsprachige Studieninteressierte zugelassen, die ihren qualifizierenden Erstabschluss im nicht-deutschsprachigen Ausland erworben haben.

Studieninteressierte für den Accelerated Track müssen entsprechend Ziff. 2 Abs. (4) der Studien- und Prüfungsordnungen einen qualifizierenden Erstabschluss mit insgesamt mindestens 240 ECTS-Leistungspunkten nachweisen.

Studieninteressierte, die in einem ersten berufsqualifizierenden Studienabschluss mindestens 180 ECTS-Leistungspunkte erreicht haben, können in den Accelerated Track zugelassen werden, wenn sie nach erfolgreichem Studienabschluss eine ununterbrochene qualifizierte Berufstätigkeit in einem dem angestrebten Abschluss entsprechenden Tätigkeitsbereich nachweisen. Dabei muss die Berufstätigkeit mindestens 12 Monate bei einem vorangegangenen 180 ECTS-Leistungspunkte Studienabschluss bzw. mind. sechs Monate bei einem 210 ECTS-Leistungspunkte Studienabschluss betragen.

Da mit Ausnahme der Deutsch-Module im German Track alle Veranstaltungen auf Englisch stattfinden, verlangen die jeweiligen Prüfungsordnungen „ausreichende englische Sprachkenntnisse“. Sie müssen zum Zeitpunkt der Immatrikulation durch die Vorlage eines offiziellen TOEFL Score Reports (mindestens TOEFL iBT 95 Punkte, nicht älter als zwei Jahre) oder IELTS Score Reports (Minimum, Band 7, nicht älter als zwei Jahre) oder vergleichbarer Prüfungen nachgewiesen werden. Über die Anerkennung vergleichbarer Prüfungen entscheidet der Programm- und Zulassungsausschuss.

Außerdem haben Studieninteressierte ihre verbalen, qualitativen und logischen Fähigkeiten durch Vorlage eines offiziellen GMAT, GRE oder BAT Testergebnisses (nicht älter als fünf Jahre) oder eines CAT Testergebnisses (nicht älter als ein Jahr) zu dokumentieren.

Darüber hinaus müssen die Studieninteressierten die im Modul „Business Foundations“ (12 ECTS-Leistungspunkte) beschriebenen Qualifikationen nachweisen. Kenntnisse aus einem grundständigen wirtschaftswissenschaftlichen Studium oder vergleichbare Kenntnisse aus einem einschlägigen Studienschwerpunkt in einem anderen Programm können als äquivalente Leistung anerkannt werden. In Zweifelsfällen entscheidet der Programm- und Zulassungsausschuss über die Anerkennung äquivalenter Nachweise. Studieninteressierte ohne diese Vorkenntnisse belegen das Modul Business Foundations als Propädeutikum vor dem ersten Semester.

Entscheidungsvorschlag

Kriterium ist erfüllt.

Abschlüsse und Abschlussbezeichnungen (§ 6 StakV)

Sachstand/Bewertung

Als Abschlussbezeichnung für die Studiengänge hat die Hochschule den Master of Science gewählt. Sie begründet dies mit dem hohen Anteil methodischer und quantitativ orientierter Inhalte in den Studiengängen.

Das Diploma Supplement erteilt Auskunft über das dem Abschluss zugrunde liegende Studium im Einzelnen. Es wird die aktuelle Fassung verwendet.

Entscheidungsvorschlag

Kriterium ist erfüllt.

Modularisierung (§ 7 StakV)

Sachstand/Bewertung

Die Studiengänge sind vollständig modularisiert und mit einem Leistungspunktesystem versehen. Alle Module haben einen Umfang von sechs, neun, 12 oder 15 ECTS-Leistungspunkten, die innerhalb eines Semesters mit einer Prüfungsleistung abgeschlossen werden. Kein Modul erstreckt sich über zwei oder mehr Semester.

Die Modulbeschreibungen für alle Programme sind in ihrer Struktur vereinheitlicht und enthalten die inhaltliche Beschreibung der Module, die Darstellung der Lernziele, Inhalte, Voraussetzungen und der zu vermittelnden Kompetenzen. Die Modulbeschreibungen werden im digitalen Vorlesungsverzeichnis nach einem systematischen Überprüfungsprozess einmal pro Semester veröffentlicht und sind online über CampusNet und myebs.de einsehbar.

Informationen zu den Inhalten und Qualifikationszielen des Moduls, zu Lehr- und Lernformen, ggf. Voraussetzungen für die Teilnahme, zur Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge, zu Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Leistungspunkten entsprechend dem European Credit Transfer System (Prüfungsart und -dauer), zu ECTS-Leistungspunkten und Benotung, zur Häufigkeit des Angebots des Moduls, zum Arbeitsaufwand, zur Dauer des Moduls und zur Literatur sind enthalten

Entscheidungsvorschlag

Kriterium ist erfüllt.

Leistungspunktesystem (§ 8 StakV)

Sachstand/Bewertung

Die Studiengänge umfassen jeweils 120 bzw. in einem Fall 60 ECTS-Leistungspunkte, wobei jedem ECTS-Leistungspunkt eine Arbeitsbelastung von 30 Stunden zugeordnet ist. Pro Semester werden rechnerisch 30 ECTS-Leistungspunkte (Tatsächlich: 27, 33, 30, 30) vergeben. Der Umfang der Abschlussarbeit beträgt einschließlich ihrer mündlichen Verteidigung (defense) 30 ECTS-Leistungspunkte bei einer Bearbeitungsdauer von 17 Wochen bzw. 15 ECTS-

Leistungspunkte im Studiengang Strategy and International Management Studiengang bei einer Bearbeitungszeit des schriftlichen Teils von sieben Wochen.

Die studentische Arbeitszeit ist in § 6 Abs. (9) ABPO, Ziff. 3.2.1 der jeweiligen Studien- und Prüfungsordnung mit 30 Stunden definiert.

Entscheidungsvorschlag

Kriterium ist erfüllt.

Anerkennung und Anrechnung (Art. 2 Abs. 2 StAkkStV)

Sachstand/Bewertung

Die Anerkennung von Studienleistungen, die an anderen Hochschulen erbracht wurden, ist im Einklang mit der Lissabon-Konvention im § 19 der ABPO geregelt. Die Anrechnung von außerhochschulischen Kompetenzen ist geregelt in § 22 Abs. (6) des Hessischen Hochschulgesetzes für individuelle und pauschalisierte Anrechnungsverfahren im § 20 der ABPO festgelegt. Die Anerkennung erfolgt grundsätzlich, insofern keine wesentlichen Unterschiede im Rahmen der Modul- bzw. Kursinhalten, Lernziele und Prüfungen im Vergleich zum Modul bzw. Kurs der Hochschule bestehen.

Entscheidungsvorschlag

Kriterium ist erfüllt.

2 Gutachten: Erfüllung der fachlich-inhaltlichen Kriterien

2.1 Schwerpunkte der Bewertung / Fokus der Qualitätsentwicklung

In den MSc-Studiengängen der Hochschule studierten im Wintersemester 2021/22 365 Studierende, davon 186 im Master in Management, 127 im Master in Finance und 52 im Master in Real Estate.

Auflagen sind in der letzten Akkreditierung im Jahr 2020 nicht erteilt worden, ebenso sind im Akkreditierungsbericht keine Empfehlungen enthalten. Dem Hinweis im letzten Akkreditierungsbericht auf Personalengpässe in den Studiengängen Real Estate, Finance und Management ist durch drei Berufungen von Senior Professors gefolgt worden.

Seit der letzten Re-Akkreditierung der zu akkreditierenden Studiengänge hat eine neue Leitung der Hochschule nach eigener Angabe (Selbstbericht, S.11) im Rahmen des ständigen fünfjährigen Major Review Prozesses im Jahr 2021/22 eine Anpassung der Master-Vollzeitprogramme, an die von ihr entwickelte, neue Universitätsstrategie vornehmen lassen.

Zentrale Elemente dieser Strategie für die Überarbeitung der Masterprogramme waren bzw. sind:

- Steigerung der Studierendenzahlen, insbesondere in post graduate programs
- Steigerung der Zahl internationaler Studierender, insbesondere aus europäischen Ländern
- Steigerung der Zahl Studierender ohne betriebswirtschaftlichen Erstabschluss
- Steigerung der Praxisrelevanz, insbesondere durch projektbasiertes und challenge-based Lernen
- Bessere Vorbereitung ausländischer Studierender für den deutschen Arbeitsmarkt, insbesondere durch stärkere Praxisausbildung
- Stärkere Orientierung an Programmen europäischer Business Schools
- Vorbereitung auf internationale Programmrankings

Hieraus resultieren insbesondere folgende **Änderungen** in den Studiengängen des M.Sc.-Studienangebots:

1. Erneuerung bzw. Erweiterung des Programmportfolios

Zusätzliche Kundengruppen sollen durch drei neue Programme gewonnen werden:

- Master in Marketing
- Master in Strategy and International Management
- Master in Business Analytics

Der neue Master in Marketing entwickelt die bisherige bereits gut nachgefragte Spezialisierung des vorhergehenden Managementprogramms zu einem eigenständigen Studiengang. Das gleiche gilt für die bisherige Spezialisierung Strategy and Consulting als Basis für den neuen Studiengang Strategy and International Management. Die weiteren Spezialisierungen des bisherigen Managementprogramms wurden aufgrund des geringen Interesses der Studierenden eingestellt. Das dritte neue Programm Master in Business Analytics zielt auf den zunehmenden Bedarf nach Spezialisten für datengetriebenes Arbeiten.

Bei den weiteren zwei bisher vorhandenen Studiengängen Master in Real Estate und Master in Automotive Management hatte lediglich der Real Estate Masterstudiengang eine hinreichend stabile Nachfrage von ca. 20-30 Anfängerinnen und Anfängern pro Jahr. Dagegen war die Nachfrage nach dem Automotive Management Master seit Jahren rückläufig, sodass dieser Studiengang beendet worden ist.

2. Angebot der zusätzlichen Programmvariante „Practice Track“

Die neu aufgenommene zusätzliche Programmvariante „Practice Tracks“ bietet die Möglichkeit, das dritte Semester als Praxissemester zu gestalten. Er wird in sämtlichen Programmen mit Ausnahme des Studiengangs Management angeboten. Diese Programmvariante ermöglicht den Studierenden die Sammlung intensiver praktischer Erfahrungen und wurde insbesondere für die Bedürfnisse ausländischer Studierender konzipiert. In den letzten Jahren zeigte sich, dass ein halbjähriges Praktikum vielen Studierenden aus dem nicht-europäischen Ausland den Einstieg in den deutschen Arbeitsmarkt erleichterte. Hierzu nahmen die Studierenden in der Regel Urlaubssemester, was jedoch nach Einschätzung der Hochschule ((Selbstbericht, S.12) zu einem nicht optimalen Studienverlauf führte. Mit der Programmvariante ist sie nunmehr in der Lage, den Studierenden hierfür ein strukturiertes Angebot zu machen.

3. Angebot einjähriger Programmvarianten als „Accelerated Track“

In der Programmvariante „Accelerated“ Track absolvieren die Studierenden den Kern des jeweiligen Programms als 60 ECTS-Leistungspunkte Variante innerhalb eines Jahres. Der „Accelerated Track“ wird ebenfalls in sämtlichen bisher vorgestellten Programmen angeboten.

Das neu entwickelte Design des Masters in Managements beschränkt sich als generalistisch ausgelegtes Masterprogramm auf diese Variante. Ziel der Anpassung ist die bessere Ansprache von Studierenden aus europäischen Ländern, die einen ersten Abschluss im Umfang von 240 ECTS-Leistungspunkten aufweisen.

4. Reduktion der Programmkomplexität im Master in Management

Durch die Abschaffung der Spezialisierungen im Master in Management wird die Komplexität dieses Programms reduziert und das Programm stärker als generalistisches Programm ausgerichtet. In der managementorientierten Ausbildung wird der Studiengang durch den neuen Master in Strategy and International Management komplementiert.

5. Anpassung des Programmaufbaus an internationale Standards

Im Zuge der stärkeren Orientierung an europäischen Business Schools sind die Programmstrukturen angepasst worden, z. B. wurden das Zeitmodell auf europäische Business Schools angeglichen und die Modulgrößen erhöht.

6. Ethik, Skills

In allen Programmen wurde die Vermittlung von arbeitsmarktrelevanten Skills verstärkt. Dazu wurde das bisherige Modul „Studium Fundamentale“ überarbeitet und durch die Module „Essential Skills for Modern Financial Professionals“ bzw. „Professional & Future Skills“ ersetzt, in denen aktuelle Themen wie ESG und Diversity Management integriert wurden.

7. Masterarbeit

Das Mastermodul wurde auf 30 ECTS-Leistungspunkte erhöht und zur besseren Unterstützung der Studierenden bei der Erstellung ihrer Masterarbeit mit vorbereitenden Methodenkursen

kombiniert.³ In den Programmen Master in Management, Strategy & International Management, Marketing und Real Estate wurde die Defense wieder eingeführt, um – so die Hochschule – in Zeiten von Künstlicher Intelligenz bei der Erstellung schriftlicher Arbeiten die Eigenleistung des Studierenden abprüfen zu können (Selbstbericht, S. 13). In den noch stärker quantitativ orientierten Master in Finance und Master in Business Analytics kann nach Einschätzung der Hochschule Künstliche Intelligenz kaum genutzt werden, daher wurde hier auf die Defense verzichtet.

2.2 Erfüllung der fachlich-inhaltlichen Kriterien

(gemäß Art. 3 Abs. 2 Satz 1 Nr. 4 StAkkrStV i.V. mit Art. 4 Abs. 3 Satz 2a StAkkrStV und §§ 11 bis 16; §§ 19-21 und § 24 Abs. 4 StakV)

Qualifikationsziele und Abschlussniveau (§ 11 StakV)

Mit ihren M.Sc.-Studiengängen verfolgt die Hochschule das Ziel, Studierende darauf vorzubereiten, (Führungs-) Verantwortung in einer sich ständig verändernden Welt zu übernehmen und den Wandel zu gestalten. Ihr Studium soll die hierzu erforderlichen Kompetenzen aufbauen und dazu befähigen, kritisch zu denken sowie eine offene und global orientierte Perspektive einzunehmen. Darüber hinaus werden die Studierenden auf weitere wissenschaftliche Tätigkeiten vorbereitet, wie z.B. auf eine Promotion im Anschluss an das Studium.

Auf der Basis der vermittelten wissenschaftlichen Perspektiven und Methoden sollen die Studierenden zu eigenständiger Forschungsarbeit angeregt werden. Die Studierenden sind in der Lage, komplexe Problemstellungen aufzugreifen und sie mit wissenschaftlichen Methoden auch über die aktuellen Grenzen des Wissensstandes hinaus kreativ und methodisch professionell zu bearbeiten. Vorrangiges Ziel des Studiums ist es, die Studierenden zum eigenständigen Erkennen, Strukturieren und Lösen wissenschaftlicher und praktischer Probleme zu befähigen. Die Studierenden sollen mit Abschluss des Studiums in der Lage sein, ihr Wissen selbstständig zu erweitern, die Wissensbausteine zueinander in Beziehung zu setzen und für die Problemlösung anzuwenden. Sie können dabei auch mit sich ändernden theoretischen und praktischen Rahmenbedingungen umgehen und auf häufige und unvorhersehbare Veränderungen reagieren. Diese Befähigung soll im Studium vor allem durch die Vermittlung von Fach- und Methodenwissen und die Förderung persönlicher und sozialer Kompetenzen gewährleistet werden. In allen M.Sc.-Studiengängen ist die fachliche Spezialisierung mit der Wahl des Studiengangs festgelegt. Innerhalb des jeweiligen Programms haben die Studierenden die Möglichkeit, eigene Schwerpunkte zu setzen. Um eine optimale Vorbereitung für den Berufseinstieg in der Branche oder auch den Einstieg in eine Forschungstätigkeit zu gewährleisten, stellen die Studiengänge hohe Anforderungen an die analytischen Fähigkeiten der Studierenden und fördert diese zugleich auch im Rahmen des Curriculums.

Als übergreifende Learning Goals sind für alle M.Sc.-Studiengänge der Hochschule folgende Ziele definiert und auch auf der internen Plattform myebs.de dokumentiert.⁴

LG 1: Graduates have advanced their expertise to work in their field of study in a rapidly changing world.

³ Im zweisemestrigen Master in Management (M.Sc.) umfasst die Masterarbeit 15 ECTS-Leistungspunkte.

⁴ Da alle Arbeitsdokumente an der EBS Business School auf Englisch formuliert werden, hat die Hochschule nach eigener Darstellung bewusst auf eine Übersetzung verzichtet.

LG 2: Graduates apply and create tools and techniques to solve problems based on academic insights.

LG 3: Graduates are aware of ethical, social, and ecological grand challenges and can design responsible decisions.

LG 4: Graduates develop cultural awareness and communications skills, enabling them to work effectively as members and leaders of diverse teams.

Die Learning Goals spiegeln sowohl die wissenschaftliche Befähigung (LG1 und LG2) als auch die Berufsbefähigung (LG2) der Absolventinnen und Absolventen wider. Darüber hinaus legt die Hochschule großen Wert auf persönlichkeitsorientierte Kompetenzen und die Bereitschaft zur Übernahme von gesellschaftlicher Verantwortung (LG3 und LG4). Insgesamt entsprechen die Studiengangsziele damit dem DQR Niveau 7 bzw. der second cycle qualification entsprechend des Framework of Qualification der EHEA.

Aus den dargestellten übergeordneten Learning Goals sind für jeden Studiengang die spezifischen Qualifikations- und Kompetenzziele abgeleitet. Sie werden als Learning Objectives (LO) bezeichnet. Für die Learning Goals 1 und 2 wurden programmspezifische Learning Objectives abgeleitet. Die Learning Goals 3 und 4 reflektieren universelle gesellschaftliche Entwicklungen und Aufgaben, weshalb die daraus abgeleiteten Learning Objectives für alle Studiengänge gleich sind.

Die Umsetzung der einzelnen Learning Goals und Learning Objectives in den Programmen wird folgt beschrieben:

Learning Goal 1:

Graduates have advanced their expertise to work in their field of study in a rapidly changing world.

In sämtlichen Masterprogrammen erlernen die Studierenden alle wesentlichen analytischen Fähigkeiten, um nach ihrem Studienabschluss in einer Vielzahl von Managementpositionen eingesetzt werden zu können. Sie kennen alle wichtigen Theorien und Methoden sowie deren Anknüpfungspunkte zu benachbarten Disziplinen. Beispielsweise werden die Studierenden mit externen, marktorientierten und intern orientierten, ressourcenbasierten Managementkonzepten vertraut gemacht und erfahren so, interne und externe Sichtweisen auf ein Unternehmen einzunehmen und zu verbinden. Durch den Diskurs Stakeholder orientierter Ansätze werden die Studierenden befähigt, die Perspektiven unterschiedlicher Anspruchsgruppen zu verstehen und mit diesen im späteren Berufsleben zu interagieren.

Die Vermittlung dieses Wissens erfolgt auf aktuellem akademischem Niveau. Methodenwissen wird schwerpunktmäßig in den Modulen „Fundamentals of Quantitative Analysis“, „Professional and Future Skills“ sowie den Methodenkursen innerhalb des Master Thesis Moduls vermittelt, die in allen Programmen als Pflichtkurse Bestandteil des Curriculums sind. In diesen Modulen werden die Studierenden mit wissenschaftlichen Methoden und Werkzeugen vertraut gemacht, die sie zur Lösung komplexer Probleme mit wissenschaftlichen Methoden und potenziell auch für eine spätere wissenschaftliche Laufbahn befähigt. Durch die enge Verzahnung zwischen den Modulen lernen die Studierenden, ihr Wissen praktisch anzuwenden und konkrete Aufgaben und Probleme zu lösen. In den praxisnah ausgerichteten Projektmodulen der einzelnen Programme finden schließlich die Vertiefung dieses Wissens und eine weitere Professionalisierung der Studierenden statt. Im Rahmen der abschließenden Master-Thesis wenden die

Studierenden ihre Methodenkenntnisse an, um empirische Daten zu erheben und selbstständig auszuwerten.

Die Praxiskomponenten der Studiengänge, die Option eines Praxissemesters in allen Programmen sowie die Integration eines Pflichtpraktikums im Master in Strategy and International Management in das Curriculum, der Einsatz von Unternehmensvertretern in der Lehre sowie die konsequente Ausrichtung der Curricula an den Anforderungen der Unternehmenswelt sollen die Studierenden optimal für den Berufseinstieg nach dem Abschluss vorbereiten. Durch die enge Interaktion mit Unternehmen erfahren Studierende authentische Probleme und Einzelfälle aus erster Hand, erhalten wertvolle Rückmeldung von Führungskräften aus verschiedenen Wirtschaftsbereichen und profitieren von einem inspirierenden und weitläufigen Firmennetzwerk.

Besonderes Augenmerk wird auf die Nutzung digitaler Methoden gelegt. Dies erfolgt im methodischen Sinne hinsichtlich des Nutzens digitaler Technologien im Zuge wissenschaftlicher Erhebungsverfahren (z. B. im Modul „Fundamentals of Quantitative Analysis“), aber auch in der praktischen Projektarbeit (z. B. im Modul „Professional and Future Skills – Management Methods for a Digital World“). Zugleich werden die Studierenden in den Modulen mit den inhaltlichen Implikationen neuer Technologien vertraut gemacht. Dies erfolgt sowohl in grundlegenden Modulen als auch in spezialisierten Kursen (bspw. „Tools of Technology and Innovation Management“ im Master in Management, „Digital Strategy and Platforms“ im Master in Strategy and International Management oder „Digital Communication, Social Media and Transformation“ im Master in Marketing).

Learning Goal 2: Graduates apply and create tools and techniques to solve problems based on academic insights.

Das Lernziel unterstützt die Studierenden, ihre im Studium erworbenen Kenntnisse und Fähigkeiten auf reale Problemlösungssituationen zu übertragen.

Kurse wie „Problem Analytics and Solving“ im Master in Management vermitteln den Studierenden ein Verständnis theoretischer Konzepte und praktischer Ansätze zur Problemlösung. Die Fähigkeit, dieses Wissen in praktischen Situationen anzuwenden, ist entscheidend für den späteren Erfolg im gewählten Beruf.

Durch die Anwendung akademischer Erkenntnisse auf praktische Probleme in Field Projects wie „Consulting Field Study“ im Master in Strategy and International Management oder „Applied Corporate Valuation“ im Master in Finance entwickeln die Studierenden Tools und Techniken, die zur Lösung komplexer Probleme in ihrem Fachgebiet eingesetzt werden. Sie werden befähigt, neue und innovative Lösungen zu entwickeln, die zu Fortschritten in ihrem jeweiligen Fachgebiet führen können.

Darüber hinaus beweist die Fähigkeit, Tools und Techniken zur Problemlösung anzuwenden und zu entwickeln, kritisches Denken, Kreativität und Innovation, die von Arbeitgebern auf dem heutigen Arbeitsmarkt sehr geschätzt werden.

Learning Goal 3:

Graduates are aware of ethical, social and ecological grand challenges and can design responsible decisions.

Das Lernziel bereitet die Studierenden darauf vor, informierte und ethische Entscheidungen zu treffen, die die Auswirkungen auf die Gesellschaft und die Umwelt berücksichtigen.

In Modulen wie „Managing People, Operations and Society – Business & Society and Sustainable Strategy“, „Sustainable Business Strategy“ und „Key Skills for Modern Finance Professionals – ESG“ lernen die Studierenden, sich der großen ethischen, sozialen und ökologischen Herausforderungen bewusst zu werden und Verständnis für die Auswirkungen ihrer Entscheidungen auf die Gesellschaft und die Umwelt zu entwickeln.

Das Wissen um die aktuellen gesellschaftlichen Herausforderungen hilft den Studierenden, einen Sinn für soziale Verantwortung und ethisches Verhalten zu entwickeln. Diese Werte werden für Arbeitgeber und die Gesellschaft immer wichtiger, da Unternehmen und Organisationen ihr Engagement für ethische und nachhaltige Praktiken verstärken. Darüber hinaus ist es wesentlich für die Vorbereitung der Studierenden auf verantwortungsvolle und ethische Führungspositionen in den von ihnen gewählten Berufen und ein Beitrag zum Wohlergehen der Gesellschaft und der Umwelt.

Letztendlich hilft die Fähigkeit, sich in einer komplexer werdenden Gesellschaft zu orientieren, Lösungen zu entwickeln und bewusste Entscheidungen zu treffen auch bei der Bewältigung persönlicher Herausforderungen und stärkt so die Beschäftigungsfähigkeit der Studierenden.

Learning Goal 4: Graduates developed cultural awareness and communications skills, enabling them to work effectively as members and leaders of diverse teams.

Lernziel 4 bereitet die Studierenden darauf vor, effektiv als Mitglieder und Führungskräfte von vielfältigen Teams arbeiten zu können. In der heutigen globalisierten Welt sind kulturelles Bewusstsein und Kommunikationsfähigkeiten unerlässlich, um mit Menschen unterschiedlicher Herkunft erfolgreich zusammenzuarbeiten.

Die Entwicklung von multikulturellem Bewusstsein und interkultureller Kommunikation findet vor allem in Pflichtmodulen wie „Professional and Future Skills – Diversity Management“ sowie „Key Skills for modern CFOs – Leadership, Negotiations“ aber auch im Rahmen durchgängiger, studienbegleitender Elemente statt.

Mit einem Anteil von derzeit 58 % ausländischer Studierender und einem Anteil von 21 % ausländischer Dozierender ist der Studienalltag multikulturell geprägt. Gruppenarbeit ist ein wesentlicher Bestandteil der Lehre. Dabei wird seitens der Dozierenden auf die Diversität der Gruppen geachtet, damit die Studierenden in multikulturellen Teams zusammenarbeiten. Die Effektivität der Zusammenarbeit wird verstärkt durch „group work“, bei dem die Mitglieder einer Gruppe eine gemeinsame Leistung erbringen müssen und hierfür ein Feedback über die Gruppenleistung erhalten.

In Gruppen-, Seminar- und Projektarbeiten wird den Studierenden Teamfähigkeit sowie die Entwicklung von Kommunikationsfähigkeiten abgefordert. Die gemeinsame Vorstellung von Ergebnissen vor Professoren und Unternehmensvertretern bereitet die Studierenden darauf vor, Inhalte und Zusammenhänge strukturiert und klar aufbereitet darzulegen und überzeugend zu präsentieren.

Zur erfolgreichen Integration in die lokale (eher deutsche) Gemeinschaft sowie um die Chancen am Arbeitsmarkt zu steigern, wird seit Jahren für internationale Studierende der German Track angeboten, bei dem die Studierenden im Rahmen von curricularen Deutschkursen ihre Sprachfähigkeiten und interkulturellen Kenntnisse ausbauen. Durch die Internationalität in der Programmgestaltung, die Kooperation und Partnerschaft mit zahlreichen internationalen Hochschulen und Unternehmen sowie durch die Internationalität der Studierenden sind Absolventinnen und Absolventen der Masterprogramme auf internationalem Terrain erfahren und können

überzeugend agieren und komplexe Handlungsabläufe in globalisierten Prozessen gestalten. Regelmäßig werden Lehrinhalte von international tätigen Professoren und Praktikern vermittelt, die den Studierenden moderne Forschungs- und Managementpraktiken näherbringen und den Vergleich zu länderspezifischen Gegebenheiten erlauben.

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Die Qualifikationsziele und die angestrebten Lernergebnisse aller sechs Studiengänge sind vom Gutachtergremium auf der Grundlage der Modulbeschreibungen in der Selbstdokumentation sowie der Begehung vor Ort und der Diskussion mit der Hochschule als überzeugend, gut nachvollziehbar und zielführend bewertet worden. Die Inhalte der Studiengänge berücksichtigen die beruflichen Erfahrungen der Studierenden und knüpfen an diese an. Das Gutachtergremium bewertet es als positiv, dass die Hochschule, die zur vorhergehenden Akkreditierung definierten Learning Goals und Learning Outcomes weiterentwickelt und systematisch auch in Bezug auf die neuen Vorgaben umgesetzt hat.

Die angestrebten Lernergebnisse auf hohem Niveau werden sowohl den Zielen der Befähigung zur weiteren und qualifizierten Erwerbstätigkeit der in der Regel berufstätigen Studierenden als auch ggf. für eine angestrebte wissenschaftlichen Betätigung gerecht. Gleiches gilt für die vielfältigen systematischen Ansätze und Instrumente zur Persönlichkeitsentwicklung. Die methodische Ausbildung in allen sechs Studiengängen stellt – so die Einschätzung des Gutachtergremiums – zusammen mit der Masterarbeit sicher, dass die Studierenden in der Lage sind, wissenschaftliche Theorie und Methodik auf Masterniveau sowohl im theoretischen als auch praxisorientierten Bereichen überzeugend anzuwenden.

Mit den in den Curricula vermittelten häufig anwendungsorientierten Inhalten wird nach Einschätzung des Gutachtergremiums nachvollziehbar sichergestellt, dass die Absolventinnen und Absolventen ihre Fähigkeiten für qualifizierte Erwerbstätigkeiten intensiv stärken können. Die häufigen Gruppenarbeiten sowie die im Curriculum implementierten Studien- und Projektarbeiten tragen aus Sicht des Gutachtergremiums auch dazu bei, die Entwicklung der Persönlichkeit und der Führungskompetenzen der Studierenden zu fördern. In diesem Zusammenhang wird auch die künftige zivilgesellschaftliche, politische und kulturelle Rolle der Absolventinnen und Absolventen angemessen behandelt. Führungskompetenzen werden auch dadurch gefördert, dass die Studierenden ihr Verhalten in Gruppenarbeiten anhand praxisnaher Aufgabenstellungen erproben und lernen entsprechend der Sachlage professionell reagieren zu können. Das Modul „Personal Development and Leadership“ fasst insoweit in allen sechs Studiengängen dies systematisch zusammen.

Entscheidungsvorschlag

Erfüllt

Schlüssiges Studiengangskonzept und adäquate Umsetzung (§ 12 StakV)

Curriculum (§ 12 Abs. 1 Sätze 1 bis 3 und 5 StakV)

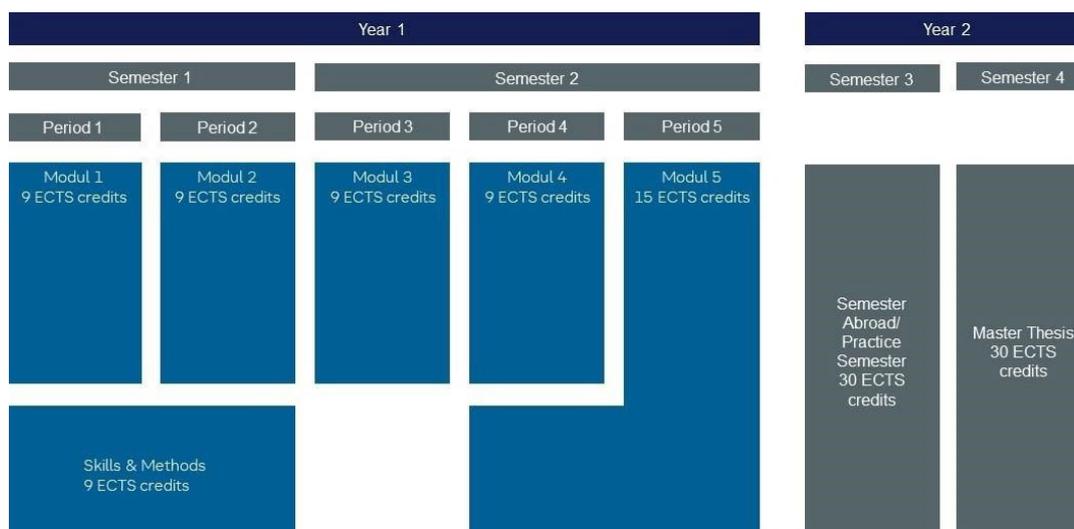
a) Studiengangsübergreifende Aspekte

Sämtliche hier zu akkreditierende Studiengänge sind Master of Science-Studiengänge. Die Wahl des Abschlusses Master of Science sieht die Hochschule begründet in der Betonung wissenschaftlicher Methoden zur (angewandten) Problemlösung.

Die Wahl der Studiengangsbezeichnung richtet sich nach den studiengangsspezifischen Inhalten. Damit wird die im Studiengangstitel signalisierte Breite der Ausbildung gewährleistet, und zugleich der Anspruch eines weiterführenden Masterstudiengangs mit entsprechender inhaltlicher Tiefe dokumentiert.

Die Masterprogramme in Finance, Business Analytics, Marketing, Strategy and International Management sowie Real Estate richten sich an Studierende mit dem Ziel einer funktional orientierten bzw. branchenfokussierten Ausbildung und führen entsprechende Studiengangsbezeichnungen. Der Master in Management bereitet generalistisch auf eine Leitungsaufgabe vor. Über die gezielte Wahl eines Wahlpflichtfachs können Studierende innerhalb des Studienprogramms einen Schwerpunkt setzen.

Alle Studiengänge folgen im Curriculum dem gleichen Aufbau:



Studienstruktur Semester Abroad Track, Practice Track, German Track

Der „Accelerated Track“ stellt dabei die einjährige Version der Studiengänge dar, in der die Masterarbeit in der Period 5 zu erstellen ist.

Studierende ohne wirtschaftswissenschaftliche Vorkenntnisse belegen vor dem ersten Semester das Modul Business Foundations, das den Studienerfolg der heterogenen Studierendenschaft sichern soll (vgl. Kapitel Zugangsvoraussetzungen und Übergänge zwischen Studienangeboten (§ 5 StakV)). Für das Modul werden keine ECTS-Leistungspunkte vergeben.

Ein Studienstart ist im Master in Management, Master in Strategy and International Management sowie im Master in Finance in jedem Semester möglich. Im Master in Real Estate, Business Analytics sowie Marketing ist der Studienbeginn aufgrund der eher beschränkten Nachfrage und der konsekutiven Modulstruktur nur im Herbstsemester möglich.

In den ersten beiden Semestern gliedert sich das Studium in allen Studiengängen in fünf Perioden von jeweils 7-8 Wochen. In Periode 1-3 werden fachspezifische Inhalte sowie Personal and Professional Skills gelehrt. In Periode 4 können Studierende der Studiengänge Management, Strategy and International Management sowie Marketing aus einem Angebot von Wahlpflichtmodulen wählen, um ihr Studium für den Arbeitsmarkt und gemäß ihren Interessen zu profilieren. In Period 5 schließen Studierende des Accelerated Track ihr Studium mit der Master-Thesis ab. Studierende des Abroad Tracks wenden in Periode 5 das erlernte Wissen in einem praxisorientierten Projekt wie z. B. der Marketing Consulting Field Study an. Aufgrund der fachlichen Besonderheiten sind die Projekte in jedem Studiengang strukturell und didaktisch spezifisch gestaltet. Jedes Projektmodul ist mit einem Kurs verbunden, der zusätzliche Persönlichkeits- und Methodenkompetenzen vermittelt.

Für Studierende des Semester Abroad Tracks findet das dritte Semester im Umfang von 30 ECTS-Leistungspunkten mit einem jeweils individualisierten Curriculum an einer der 123 Partnerhochschulen im Ausland statt.

Der German Track richtet sich an Studierende ohne oder mit sehr geringen deutschen Sprachkenntnissen und unterstützt die Studierenden bei einem Berufseinstieg in Deutschland. Im German Track studieren die Studierenden alle drei Semester an der Hochschule, in die 21 ECTS-Leistungspunkte verpflichtende Deutschkurse integriert sind.

b) Studiengangsspezifische Bewertung

Studiengang 01 Master in Finance

Sachstand

Das studiengangsspezifische Curriculum des Master in Finance umfasst insgesamt 48 ECTS-Leistungspunkte, die in Form von Pflicht- (18 ECTS-Leistungspunkte) und Wahlfächern (30 ECTS-Leistungspunkte) angeboten werden. Die quantitative Ausrichtung des Studiengangs basiert auf dem Modul „Fundamentals of Quantitative Analysis“, das am Beginn des Studiums steht. Die Studiengangstruktur bietet ein Gerüst, das zum einen die notwendige Breite der Ausbildung im Bereich Finance sicherstellt und zum anderen den Studierenden erlaubt, einen Teil des Studiums durch Wahlmodule hinsichtlich ihrer spezifischen Interessen auszugestalten.

Year 1					Year 2	
Semester 1		Semester 2			Semester 3	Semester 4
Period 1	Period 2	Period 3	Period 4	Period 5		
Corporate Finance and Valuation	Applied Valuation, Alternative Investments & Derivatives or Mega Projects	Financial Modelling, Accounting for M&A and IFRS or Economics of Financial Markets & Crises	Empirical Finance, Financial Risk or Mergers & Acquisitions	Finance Project	Integrated Semester Abroad/ Practice Semester	Master Thesis
Fundamentals of Quantitative Analysis		Key Skills for modern finance professionals				

Struktur Master in Finance

Der Fall Term beginnt mit dem verpflichtenden Modul „Corporate Finance and Valuation“, in dem die Studierenden mit analytischen Rahmenwerken, akademischer Forschung und praktischen Werkzeugen vertraut gemacht, um Jahresabschlüsse zu analysieren und Unternehmen zu bewerten. Die Module in Periode 2-4 bestehen jeweils aus einem Pflichtkurs und zwei Wahlpflichtkursen, aus denen einer gewählt werden muss. Die Wahlpflichtkurse ermöglichen eine Fokussierung des Studiums auf Investment Banking oder Corporate Finance. Die erworbenen Kompetenzen werden in Periode 5 in zwei abschließenden Projekten angewandt. Hier können die Studierenden wählen zwischen Investment Banking, Asset Management oder einem Applied Data Science Project. Das abschließende Projekt wird ergänzt durch einen verpflichtenden Kurs „Key Skills for Finance Professionals“, in dem die Studierenden mit aktuellen Themen wie ESG, und Blockchain vertraut gemacht werden und Führungs- und Verhandlungskompetenzen erwerben, die sie auf den Arbeitsmarkt vorbereiten.

Die konkreten Inhalte des Studiengangs ergeben sich aus der folgenden Curriculumsübersicht:

Curriculum Master in Finance (MSc) Accelerated Track / German Track / Semester Abroad Track / Practice Track									
Fall Term / YEAR 1 (Semester 1 or 2)									
Module/Course	MANDATORY / ELECTIVE	Credit Points (ECTS) / Gewicht für Gesamtnote				Workload		Veranstaltungsform z.B. Vorlesung, Workshop, Tutorial	Gradings
		Semester Abroad Track	German Track	Accelerated Track	Practice Track	Stunden Präsenzstudium	Stunden Selbststudium		
Business Foundations	MANDATORY	0 / 90	0 / 90	0 / 90	0 / 90	42	318	C, V, O, S, Ü	
Business Foundations	MANDATORY								Project / Take-Home Exam / Written Exam
Corporate Finance & Valuation	MANDATORY	9 / 90	9 / 120	9 / 60	9 / 90				
Financial Statement Analysis for Security Valuation						13,5	76,5	V, IA, GW, T, D	
Empirical Corporate Finance						13,5	76,5	V, IA, D	
Fundamentals of Corporate Valuation						16	72	V, C, T, RLP	
Applied Valuation, Alternative Investments and Derivatives OR Megaprojects	MANDATORY	9 / 90	9 / 120	9 / 60	9 / 90				Case Study / Learning Journal / Presentation
Applied Corporate Valuation	MANDATORY					13,5	76,5	V, GW, P	
Alternative Investments & Derivatives	ELECTIVE					27	153	V	
Megaprojects - Finance, Risk & Society	ELECTIVE					24	156	V, GW, P	
Fundamentals of Quantitative Analysis	MANDATORY	9 / 90	9 / 120	9 / 60	9 / 90				Evaluated Exercise / Written Exam
Statistics (incl. Tutorial)						27	63	IA, Ü	
Python (incl. Tutorial)						27	63	IA, Ü	
Econometrics (incl. Tutorial)						27	63	IA, Ü	
Spring Term / YEAR 1 (Semester 1 or 2)									
Financial Modelling, Accounting for M&A and IFRS OR Economics of Financial Markets and Crises	MANDATORY	9 / 90	9 / 120	9 / 60	9 / 90				Essay / Evaluated Exercise / Written Exam
Financial Modelling	MANDATORY					13,5	76,5	V	
Accounting for M&A and IFRS	ELECTIVE					27	153	V, GW	
Economics of Financial Markets & Crises	ELECTIVE					27	153	V, WS	
Empirical Finance, Financial Risk OR Mergers & Acquisitions	MANDATORY	9 / 90	-	9 / 60	9 / 90				Presentation / Project / Written Exam
Empirical Finance	MANDATORY					13,5	76,5	IA, Ü, C	
Risk Management in Financial Institutions	ELECTIVE					27	153	V	
Mergers & Acquisitions	ELECTIVE					36	144	V, C, RLP, WS	
Essential Skills for modern Financial Professionals and Finance Project (choose 2 out of 3)	MANDATORY	15 / 90	15 / 120	15 / 60	15 / 90				Project / Written Exam
Key Skills for Modern Financial Professionals	MANDATORY					13,5	76,5	IA, C, GW	
Wealth Creation through Active Asset Allocation	ELECTIVE					54	126	V, GW	
Corporate Finance & Investment Banking	ELECTIVE					54	126	V, GW, P	
Applied Business Analytics Foundation	ELECTIVE					54	126	V, GW	
German Culture & Language I	MANDATORY	-	9/120	-	-				Oral Exam / Evaluated Exercise / Class Participation / Written Exam / Presentation
Introduction to German Culture & Language I						37,5	52,5	V, RS, GW, P, M	
Introduction to German Culture & Language II						37,5	52,5	V, RS, GW, P, M	
German Culture & Language Elementary I						75	105	V, RS, GW, P, M	
German Culture & Language Elementary II						75	105	V, RS, GW, P, M	
Master Thesis Project	MANDATORY	-	-	15 / 60	-				
Academic Writing and Finance Research						19,5	76,5	V, Ü	
Master Thesis							360	W A	
Fall Term / YEAR 2 (Semester 3)									
German Culture & Language II	MANDATORY	-	6/120	-	-				Oral Exam / Evaluated Exercise / Class Participation / Written Exam
German Culture & Language Elementary II						75	105	V, RS, GW, P, M	
German Culture & Language Intermediate I						75	105	V, RS, GW, P, M	
German Culture & Language II	MANDATORY	-	6/120	-	-				Oral Exam / Evaluated Exercise / Class Participation / Written Exam
German Culture & Language Intermediate I						75	105	V, RS, GW, P, M	
German Culture & Language Intermediate II						75	105	V, RS, GW, P, M	
Strategic Management	ELECTIVE	-	9 / 120	-	-				Portfolio / Presentation / Written Exam
Competitive Strategy						13,5	76,5	C, V, P	
Corporate & International Strategy						13,5	76,5	C, V, P	
Outsourcing Project						13,5	76,5	V, WS, GW, P, C, PR	
Managerial Accounting, Finance & Economics	ELECTIVE	-	9 / 120	-	-				Take-Home Exam / Written Exam
Financial Analysis & Managerial Accounting						13,5	76,5	V, T	
Tutorial: Financial Analysis & Managerial Accounting						4,5	85,5	V, T	
Strategic Interactions in Markets	MANDATORY					13,5	76,5	V, C, Ü	
Tutorial: Strategic Interactions in Markets						6	84	V, C, Ü	
Contracts, Incentives & Compensation						13,5	76,5	V, C, Ü	
Tutorial: Contracts, Incentives & Compensation						6	84	V, C, Ü	
Impact of Exogenous Trends and RE Economics	ELECTIVE	-	9 / 120	-	-				Case Study / Reflection Paper / Written Exam
Impact of Exogenous Trends in Real Estate: Urban & RE Economics						13,5	76,5	V, C	
RE Valuation						13,5	76,5	L, IA	
Real Estate Finance	ELECTIVE	-	9 / 120	-	-				Case Study / Presentation / Project / Written Exam
RE Finance						13,5	76,5	RIP, COACH	
RE Cash Flow Modelling						13,5	76,5	RIP, COACH	
RE Legal & Fiscal Aspects						13,5	76,5	RIP, COACH	
Marketing Essentials	ELECTIVE	-	9 / 120	-	-				Class Participation / Essay / Presentation / Reflection Paper
Contemporary Marketing						13,5	76,5	IA, C, Ü, PR, P	
Consumer Behavior						13,5	76,5	V, GW, P, D	
Product and Service Innovation						13,5	76,5	IA, C, Ü, PR, P	
Marketing Operations	ELECTIVE	-	9 / 120	-	-				Portfolio / Presentation / Take-Home Exam
Strategic Pricing Management (1/Oral)						13,5	76,5	RIP, V, GW	
Marketing Research and Customer Insights						13,5	76,5	V, IA, PR, C	
Branding						13,5	76,5	V, IA, GW, P	
Professional & Future Skills	ELECTIVE	-	9 / 120	-	-				Class Participation / Evaluated Exercise / Project / Reflection Paper / Written Exam
Management Methods for a Digital World						13,5	76,5	V, WS, BG	
Problem Analytics and Solving						13,5	76,5	IA, C, Ü, T	
Diversity Management						13,5	76,5	V, C, GW, D	
Data Visualization	ELECTIVE	9 / 90	9 / 120	9 / 60	9 / 90				Evaluated Exercise / Written Exam
Data Visualization (incl. Tutorial)	MANDATORY					13,5	166,5	IA, Ü	
Data Structures and Database Management (incl. Tutorial)	MANDATORY					13,5	166,5	IA, Ü	
Elective 1: Choose 1 course from Management/Marketing course catalogues (see below)	ELECTIVE					abhängig vom gewählten Kurs			
Advanced Statistics	ELECTIVE	9 / 90	9 / 120	9 / 60	9 / 90				Written Exam
Advanced Statistics (incl. Tutorial)	MANDATORY					27	153	IA, Ü	
Elective 2: Choose 1 course from Management/Marketing course catalogues (see below)	ELECTIVE					abhängig vom gewählten Kurs			
Management/Marketing Course Catalogue						abhängig vom gewählten Kurs			
Competitive Strategy						13,5	76,5		
Corporate & International Strategy						13,5	76,5		
Outsourcing Project						13,5	76,5		
Financial Analysis & Managerial Accounting						13,5	76,5		
Tutorial: Financial Analysis & Managerial Accounting						4,5	85,5		

Strategic Interactions in Markets					13,5	76,5		
Tutorial: Strategic Interactions in Markets					6	84		
Contracts, Incentives & Compensation					13,5	76,5		
Tutorial: Contracts, Incentives & Compensation					6	84		
Contemporary Marketing					13,5	76,5		
Consumer Behavior					13,5	76,5		
Product and Service Innovation					13,5	76,5		
Strategic Pricing Management (L'Oréal)					13,5	76,5		
Marketing Research and Customer Insights					13,5	76,5		
Branding					13,5	76,5		
Semester Abroad	Mandatory	0 / 90	--	--	--	900		
Practice Semester	Mandatory	--	--	--	0 / 90	900		
Fall Term / YEAR 2 (Semester 4)								
Master Thesis Project	MANDATORY	30 / 90	30 / 120	--	30 / 90			
Academic Writing and Finance Research						19,5	70,5	V, II
Master Thesis							810	N.A.

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Im Studiengang Master in Finance werden nach Auffassung des Gutachtergremiums die Qualifikationsziele durch die Vermittlung der Inhalte der Curricula überzeugend erreicht. Abschlussgrad sowie Abschlussbezeichnung sind stimmig in Bezug auf den gewählten Inhalt. Der Studiengang vermittelt die erforderliche Breite für eine hinreichend umfassende Ausbildung im allgemeinen Finance-Bereich. Er ermöglicht zugleich den Studierenden bei den Wahlmodulen fachlich alternativ zwischen Investment Banking oder Corporate Finance je nach eigener Präferenz auszuwählen. Das Modulkonzept ist nach Auffassung des Gutachtergremiums adäquat und mit Blick auf die Erreichung der Qualifikationsziele stimmig aufgebaut. Die Studierenden werden gleichzeitig dazu befähigt, komplexe Sachverhalte zu analysieren, zu beurteilen und in selbständiger Transferleistung auf wirtschaftliche Entscheidungsprobleme nicht nur in einer der beiden (Ziel-) Branchen, sondern auch in anderen Wirtschaftsbereichen anzuwenden.

Die eingesetzten Lehr- und Lernmethoden zeigen nach Meinung des Gutachtergremiums ein breites und gut ausgewähltes Spektrum, entsprechen der Studiengangskonzeption und stellen sicher, dass die Qualifikationsziele erreicht werden. Die vielfältigen unterschiedlichen Lehr- und Lernformen, wie Modul- und Projektarbeiten ermöglichen ein studierendenzentriertes Lehren und Lernen, wodurch die Studierenden aktiv in die Gestaltung von Lehr-, Lern- und Prüfungsprozessen einbezogen sind.

Entscheidungsvorschlag

Erfüllt

Studiengang 02: Master in Real Estate

Das 42 ECTS-Leistungspunkte umfassende studiengangsspezifische Curriculum des Real Estate-Studiengangs enthält aufgrund der spezifischen Zielgruppe (Führungskräfte im Immobiliensektor) fünf eng abgestimmte und aufeinander aufbauende Pflichtmodule zu je neun ECTS-Leistungspunkten. Im Grundlagenmodul Real Estate Fundamentals erfolgt eine Einführung in die Wertschöpfungsprozesse der Immobilienbranche und in ihre rechtlichen Aspekte. Dies wird ergänzt um die drei grundlegenden Module Real Estate Economics, Real Estate Finance und Real Estate Valuation. Schließlich sind die Module Real Estate Development, Real Estate Investment Structuring und Real Estate Management zu absolvieren.

Bündel Master in Finance (M.Sc.), Master in Real Estate (M.Sc.), Master in Strategy and International Management (M.Sc.), Master in Management (M.Sc.), Master in Marketing (M.Sc.), Master in Business Analytics (M.Sc.)



Die konkreten Inhalte des Studiengangs ergeben sich aus der folgenden Curriculumsübersicht:

Curriculum Master in Real Estate (MSc) Accelerated Track / German Track / Semester Abroad Track / Practice Track									
Fall Term / YEAR 1 (Semester 1)									
Module/Course	MANDATORY / ELECTIVE	Credit Points (ECTS) / Gewicht für Gesamtnote				Workload		Veranstaltungsform z.B. Vorlesung, Workshop, Tutorial	Gradings
		Semester Abroad Track	German Track	Accelerated Track	Practice Track	Stunden Präsenzstudium	Stunden Selbststudium		
Business Foundations	MANDATORY	0 / 90	0 / 90	0 / 90	0 / 90	42	318	C, V, O, S, U	
Business Foundations									
Fundamentals of Quantitative Analysis	MANDATORY	9 / 90	9 / 120	9 / 60	9 / 90				Evaluated Exercise / Written Exam
Statistics (incl. Tutorial)						27	63	IA, U	
Python (incl. Tutorial)						27	63	IA, U	
Data Analysis						13,5	76,5	V, C	
Impact of Exogenous Trends and RE Economics	MANDATORY	9 / 90	9 / 120	9 / 60	9 / 90				Case Study / Reflection Paper / Written Exam
Impact of Exogenous Trends in Real Estate						13,5	76,5	V, C	
Urban & RE Economics						13,5	76,5	L, M	
RE Valuation						13,5	76,5	WS, T, RLP, FT	
Real Estate Finance	MANDATORY	9 / 90	9 / 120	9 / 60	9 / 90				Case Study / Presentation / Project / Written Exam
Methods of Real Estate Finance						13,5	76,5	RLP, COACH	
RE Cash Flow Modelling						13,5	76,5	RLP, COACH	
RE Legal & Fiscal Aspects						13,5	76,5	RLP, COACH	
Spring Term / YEAR 1 (Semester 2)									
Real Estate Investment	MANDATORY	9 / 90	9 / 120	9 / 60	9 / 90				Case Study / Essay / Presentation / Written Exam
RE Investment						13,5	76,5	V, C	
RE Project & Urban Development						13,5	76,5	V, D	
Applied Project & Urban Development						13,5	76,5	V, RLP, P, FT	
RE Management	MANDATORY	9 / 90	-	9 / 60	9 / 90				Case Study / Project / Written Exam
RE Asset Management						13,5	76,5	V, C, FT, P	
RE Risk & Portfolio Management						13,5	76,5	V, C	
RE Investment Vehicles						13,5	76,5	V, C	
Cross-disciplinary project	MANDATORY	15 / 90	15 / 120	-	15 / 90				Case Study / Presentation / Project
Sustainable Buildings & Technologies						13,5	166,5	V, RLP, FT	
Resilient Cities & Urban Transformation						37,5	142,5	V, FT, U, C, P	
Key Skills for Modern Financial Professionals						13,5	76,5	IA, C, GW	
German Culture & Language I	MANDATORY	-	9/120	-	-				Oral Exam / Evaluated Exercise / Class Participation / Written Exam / Presentation
Introduction to German Culture & Language I						37,5	52,5	V, RS, GW, P, M	
Introduction to German Culture & Language II						37,5	52,5	V, RS, GW, P, M	
German Culture & Language Elementary I						75	105	V, RS, GW, P, M	
German Culture & Language Elementary II						75	105	V, RS, GW, P, M	
Master Thesis Project	MANDATORY	-	-	15 / 60	-				
Academic Writing and Finance Research						19,5	70,5	V, U	
Master Thesis							360	N.A.	

Fall Term / YEAR 2 (Semester 3)									
German Culture & Language II	MANDATORY	-	6/120	-	-	-	-	-	Oral Exam / Evaluated Exercise / Class Participation / Written Exam
German Culture & Language Elementary II						75	105	V, RS, GW, P, M	
German Culture & Language Intermediate I						75	105	V, RS, GW, P, M	
German Culture & Language II	MANDATORY	-	6/120	-	-	-	-	-	Oral Exam / Evaluated Exercise / Class Participation / Written Exam
German Culture & Language Intermediate I						75	105	V, RS, GW, P, M	
German Culture & Language Intermediate II						75	105	V, RS, GW, P, M	
Strategic Management	ELECTIVE	-	9 / 120	-	-	-	-	-	Portfolio / Presentation / Written Exam
Competitive Strategy						13,5	76,5	G, V, P	
Corporate & International Strategy						13,5	76,5	G, V, P	
Onboarding Project						13,5	76,5	V, WS, GW, P, C, PR	
Managerial Accounting, Finance & Economics	ELECTIVE	-	9 / 120	-	-	-	-	-	Take-Home Exam / Written Exam
Financial Analysis & Managerial Accounting						13,5	76,5	V, T	
Tutorial: Financial Analysis & Managerial Accounting						4,5	85,5	V, T	
Strategic Interactions in Markets						13,5	76,5	V, C, U	
Tutorial: Strategic Interactions in Markets						6	84	V, C, U	
Contracts, Incentives & Compensation						13,5	76,5	V, C, U	
Tutorial: Contracts, Incentives & Compensation						6	84	V, C, U	
Marketing Essentials	ELECTIVE	-	9 / 120	-	-	-	-	-	Class Participation / Essay / Presentation / Reflection Paper
Contemporary Marketing						13,5	76,5	IA, C, U, PR, P	
Consumer Behaviour						13,5	76,5	V, GW, P, D	
Product and Service Innovation						13,5	76,5	IA, C, U, PR, P	
Marketing Operations	ELECTIVE	-	9 / 120	-	-	-	-	-	Portfolio / Presentation / Take-Home Exam
Strategic Offering Management (L'Oréal)						13,5	76,5	IB, P, V, GW	
Marketing Research and Customer Insights						13,5	76,5	V, IA, PR, C	
Branding						13,5	76,5	V, IA, GW, P	
Professional & Future Skills	ELECTIVE	-	9 / 120	-	-	-	-	-	Class Participation / Evaluated Exercise / Project / Reflection Paper / Written Exam
Management Methods for a Digital World						13,5	76,5	V, WS, BG	
Problem Analytics and Solving						13,5	76,5	IA, C, U, T	
Diversity Management						13,5	76,5	V, C, GW, D	
Semester Abroad	Mandatory	0 / 90	-	-	-	-	900	-	
Practice Semester	Mandatory	-	-	-	0 / 90	-	900	-	
Fall Term / YEAR 2 (Semester 4)									
Master Thesis Project	MANDATORY	30 / 90	30 / 120	-	30 / 90	-	-	-	
Academic Writing and Finance Research						19,5	70,5	V, U	
Master Thesis						-	810	NA	

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Nach Ansicht des Gutachtergremiums gewährleisten die fachlichen bzw. fachspezifischen Inhalte und die fachspezifischen Methoden des Curriculums des Studienganges die Erreichung der Qualifikationsziele. Es handelt sich um einen speziellen fachlich orientierten Management-Studiengang, der nach Einschätzung des Gutachtergremiums eine hinreichend umfassende Ausbildung im Immobilien-Bereich vermittelt. Wahlmöglichkeiten bestehen im Auslandssemester, das es den Studierenden durch Wahlmodule erlaubt, ihr Studium nach ihren spezifischen Interessen auszugestalten. Das Modulkonzept ist nach Auffassung des Gutachtergremiums adäquat und mit Blick auf die Erreichung der Qualifikationsziele stimmig aufgebaut.

Der Abschlussgrad sowie die -bezeichnung sind stimmig in Bezug auf die gewählten Inhalte. Nach Ansicht des Gutachtergremiums ist die gewählte Abschlussbezeichnung Master of Science für einen Studiengang mit dieser inhaltlichen Ausrichtung stimmig.

Die eingesetzten Lehr- und Lernmethoden zeigen nach Meinung des Gutachtergremiums ein breites und gut ausgewähltes Spektrum, entsprechen der Studiengangskonzeption und stellen sicher, dass die Qualifikationsziele erreicht werden. Die vielfältigen unterschiedlichen Lehr- und Lernformen, wie Modul- und Projektarbeiten ermöglichen ein studierendenzentriertes Lehren und Lernen, wodurch die Studierenden aktiv in die Gestaltung von Lehr-, Lern- und Prüfungsprozessen einbezogen sind.

Entscheidungsvorschlag

Erfüllt

Studiengang 03: Master in Management (M.Sc.) und

Studiengang 04: Master in Strategy and International Management (M.Sc.)

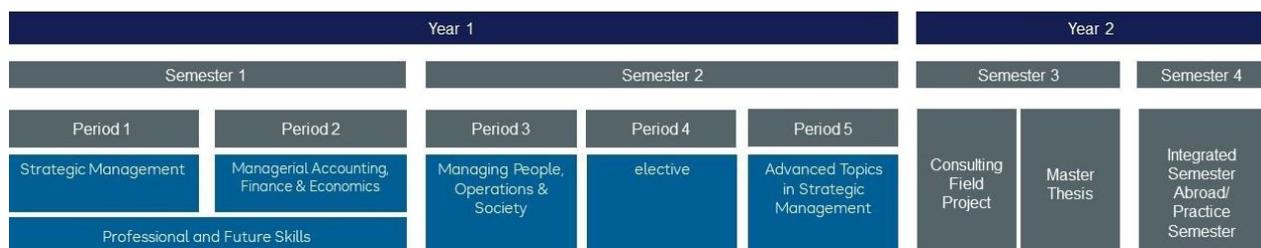
Die Curricula der Master in Management und in Strategy and International Management sind im Fall Term identisch. Sie beginnen mit einer generalistischen Ausbildung in Strategy, Economics, Finance und Führung. Im Spring Term werden die Grundlagenfächer mit dem Modul „Managing People, Operations, Business and Society“ sowie einem Wahlpflichtmodul abgerundet.

Dabei umfasst der fachspezifische Teil des Curriculums des Masters in Management Pflichtmodule (36 ECTS-Leistungspunkte), ein Wahlpflichtmodul (9 ECTS-Leistungspunkte) und die Masterarbeit (15 ECTS-Leistungspunkte). Das entsprechende Curriculum des Strategy/Management Studiengangs enthält fachspezifische Pflichtmodule (48 ECTS-Leistungspunkte), Wahlpflichtmodule (18 ECTS-Leistungspunkte) und die Masterarbeit (30 ECTS-Leistungspunkte). Ergänzt wird das Curriculum durch verpflichtende Module zum Erwerb von methodischen und Persönlichkeitskompetenzen.

Die Studiengangstruktur des Masters in Management bietet ein Gerüst, das einerseits eine in der notwendigen Breite erforderliche Managementausbildung sicherstellt und andererseits den Studierenden erlaubt, einen Teil des Studiums durch ein Wahlmodul hinsichtlich ihrer spezifischen Interessen auszugestalten. Wahlmodule werden hierfür in großer Breite angeboten.



Struktur Management Master



Struktur Master in Strategy and International Management

Daran schließen im **Strategy/International** Master ein weiteres Wahlmodul und das Modul „Advanced Topics in Strategic Management“ an. Letzteres umfasst aktuelle Themen des strategischen Managements und bündelt vier Kurse: "Contemporary International Strategy" untersucht Chancen und Herausforderungen multinationaler Unternehmen, die sich durch den Wandel hin zu Netzwerken und Plattformen ergeben. Die Kurse „Digital Strategies and Platforms“ sowie „Transformative Technologies“ behandeln digitale Strategien sowie die Kommerzialisierung bzw. Vermarktung neuer Technologien und ihre Auswirkungen auf Gesellschaft und Wirtschaft. Der Kurs „Alliances, Mergers and Acquisitions, and Ecosystems“ befasst sich mit Entscheidungen zur Unternehmensentwicklung.

Ein verpflichtendes vierwöchiges Praktikum zwischen den Semestern 2 und 3 erlaubt den Studierenden, mögliche Berufsfelder auszutesten, praktisches Wissen zu erwerben und ein berufliches Netzwerk knüpfen zu können. Im dritten Semester wird im Modul „Consulting Field Project“ das erworbene Wissen angewandt, um eine noch intensivere anwendungsorientierte Lehre zu ermöglichen.

Im **Management**-Master werden im Spring Term die Grundlagenfächer mit dem Modul „Managing People, Operations & Society“ (9 ECTS-Leistungspunkte) abgerundet. Dieses Modul wurde neu konzipiert, um neben Führungstechniken auch Kompetenzen in den Bereichen Nachhaltigkeit, Unternehmertum und Integration von Umwelt- und Sozialfragen in die Unternehmensführung zu vermitteln. Nach Abschluss der Grundlagenmodule belegen die Studierenden im Spring Term ein Wahlpflichtmodul. Dabei können sie aus den Bereichen Marketing, Strategie, Innovationsmanagement und Unternehmertum sowie Nachhaltigkeit wählen.

Um den Erfordernissen der zunehmenden Digitalisierung Rechnung zu tragen, hat die Hochschule bereits mit der letzten Überarbeitung des Master in Management verpflichtende Module zu modernen Managementmethoden und Digitalwirtschaft entwickelt. Dieser Ansatz wird im Studiengang verfolgt mit den verpflichtenden Kursen „Management Methods for a Digital World“, „Digital Strategies & Platforms“ und „Transformative Technologies“. Damit wird auf Erfordernisse des Arbeitsmarkts reagiert, Studierende mit umfassendem Verständnis der Geschäftswelt in einem digitalen Umfeld auszubilden. Auf das gestiegene Bewusstsein für Nachhaltigkeit und Umwelt wird mit dem Pflichtkurs „Business & Society/Sustainable Strategy“ reagiert.

Die Inhalte der beiden Studiengänge ergeben sich im Einzelnen aus den folgenden Curriculaübersichten:

Curriculum Master in Management (MSc)						
Fall Term / YEAR 1 (Semester 1 or 2)						
Module/Course	MANDATORY / ELECTIVE	Credit Points (ECTS) / Gewicht für Gesamtnote	Workload		Veranstaltungsform z.B. Vorlesung, Workshop, Tutorial	Gradings
			Stunden Präsenzstudium	Stunden Selbststudium		
Strategic Management	MANDATORY	9 / 60				Portfolio / Presentation / Written Exam
Competitive Strategy			13,5	76,5	C, V, P	
Corporate & Int'l Strategy			13,5	76,5	C, V, P	
Onboarding Project			13,5	76,5	V, WS, GW, P, C, PR	
Managerial Accounting, Finance & Economics	MANDATORY	9 / 60				Take-Home Exam / Written Exam
Financial Analysis & Managerial Accounting			13,5	76,5	V, T	
Tutorial: Financial Analysis & Managerial Accounting			4,5	85,5	V, T	
Strategic Interactions in Markets			13,5	76,5	V, C, U,	
Tutorial: Strategic Interactions in Markets			6	84	V, C, U,	
Contracts, Incentives & Compensation			13,5	76,5	V, C, U,	
Tutorial: Contracts, Incentives & Compensation			6	84	V, C, U,	
Professional & Future Skills	MANDATORY	9 / 60				Class Participation / Evaluated Exercise / Project / Reflection Paper / Written Exam
Management Methods for a Digital World			13,5	76,5	V, WS, BG	
Problem Analytics and Solving			13,5	76,5	IA, C, U, T	
Diversity Management			13,5	76,5	V, C, GW, D	
Spring Term / YEAR 1 (Semester 1 or 2)						
Managing People, Operations and Society	MANDATORY	9 / 60				Case Study / Class Participation / Evaluated Exercise / Reflection Paper / Take-Home Exam / Written Exam
Learning to Lead - Introduction of Leadership Concepts			13,5	76,5	V, P, C, U,	
Operations & Technology Management			13,5	76,5	V, C	
Business & Society/Sustainable Strategy			6,75	83,25	IA, C	
Sustainable Business Strategy	ELECTIVE	9 / 60				Essay / Presentation / Simulation / Written Exam
Strategy & Impact for the SDGs			13,5	76,5	V, C, WS	
Applied Strategies for Sustainable Development			6	84	BG	
Environmental Strategies and Value Creation			13,5	76,5	C, WS	
Managing Innovations	ELECTIVE	9 / 60				Case Study / Essay / Presentation / Project
Tools of Technology and Innovation Management (TIM)			13,5	76,5	V, U, P	
Founder's Skillset			13,5	76,5	V, FT	
Venture Financing			13,5	76,5	V, C, GW	
Strategy & Organization	ELECTIVE	9 / 60				Evaluated Exercise / Written Exam
Controlling Modern Organizational Work			18	72	C, V, GW, P	
Cognitive Biases, Choices, and Strategy			18	72	V, P	
Motivating Employees in Organizations			18	72	V, P	
Marketing Management	ELECTIVE	9 / 60				Portfolio
Digital Communication, Social Media and Transformation			13,5	76,5	V, D, PR, C, GW	
Omnichannel Strategy / Sales			13,5	76,5	V, D, GW, PR, P,	
Marketing in the Context of ESG			13,5	76,5	V, D, GW, PR, P,	
Master Thesis (choose 1 methods course)	MANDATORY	-	15 / 60			Portfolio / Master Thesis / Thesis Defense
Advanced Survey Research	ELECTIVE		13,5	76,5	v, U	
Qualitative Research Methods	ELECTIVE		13,5	76,5	v	
Final Paper	MANDATORY				N.A.	
Thesis Defense	MANDATORY				N.A.	

Bündel Master in Finance (M.Sc.), Master in Real Estate (M.Sc.), Master in Strategy and International Management (M.Sc.), Master in Management (M.Sc.), Master in Marketing (M.Sc.), Master in Business Analytics (M.Sc.)

Curriculum								
Master in Strategy and International Management (MSc)								
Semester Abroad Track / German Track / Accelerated Track / Practice Track								
Fall Term / YEAR 1 (Semester 1 or 2)								
Module/Course	MANDATORY / ELECTIVE	Credit Points (ECTS) / Gewicht für Gesamtnote			Workload		Veranstaltungsf orm z.B. Vorlesung, Workshop, Tutorial	Gradings
		Semester Abroad Track	German Track	Practice Track	Stunden Präsenzstudium	Stunden Selbststudium		
Strategic Management	MANDATORY	9 / 90	9 / 120	9 / 90				Portfolio / Presentation / Written Exam
Competitive Strategy					13,5	76,5	C, V, P	
Corporate & Int'l Strategy					13,5	76,5	C, V, P	
Onboarding Project					13,5	76,5	V, WS, GW, P, C, PR	
Managerial Accounting, Finance & Economics	MANDATORY	9 / 90	9 / 120	9 / 90				Take-Home Exam / Written Exam
Financial Analysis & Managerial Accounting					13,5	76,5	V, T	
Tutorial: Financial Analysis & Managerial Accounting					4,5	85,5	V, T	
Strategic Interactions in Markets					13,5	76,5	V, C, U	
Tutorial: Strategic Interactions in Markets					6	84	V, C, U	
Contracts, Incentives & Compensation					13,5	76,5	V, C, U	
Tutorial: Contracts, Incentives & Compensation					6	84	V, C, U	
Professional & Future Skills	MANDATORY	9 / 90	9 / 120	9 / 90				Class Participation / Evaluated Exercise / Project / Reflection Paper / Written Exam
Management Methods for a Digital World					13,5	76,5	V, WS, DG	
Problem Analytics and Solving					13,5	76,5	IA, C, U, T	
Diversity Management					13,5	76,5	V, C, GW, D	
Spring Term / YEAR 1 (Semester 1 or 2)								
Managing People, Operations and Society	MANDATORY	9 / 90	9 / 120	9 / 90				Case Study / Class Participation / Evaluated Exercise / Reflection Paper / Take-Home Exam / Written Exam
Learning to Lead - Introduction of Leadership Concepts					13,5	76,5	V, P, C, U	
Operations & Technology Management					13,5	76,5	V, C	
Business & Society/Sustainable Strategy					6,75	83,25	IA, C	
Sustainable Business Strategy	ELECTIVE	9 / 90	-	9 / 90				Essay / Presentation / Simulation / Written Exam
Strategy & Impact for the SDGs					13,5	76,5	V, C, WS	
Applied Strategies for Sustainable Development					7,5	82,5	DG	
Environmental Strategies and Value Creation					13,5	76,5	C, WS	
Managing Innovations	ELECTIVE	9 / 90	-	9 / 90				Case Study / Essay / Presentation / Project
Tools of Technology and Innovation Management (TIM)					13,5	76,5	V, U, P	
Founder's Skillset					13,5	76,5	V, FT	
Venture Financing					13,5	76,5	V, C, GW	
Strategy & Organization	ELECTIVE	9 / 90	-	9 / 90				Evaluated Exercise / Written Exam
Controlling Modern Organizational Work					18	72	C, V, GW, P	
Cognitive Biases, Choices, and Strategy					18	72	V, P	
Motivating Employees in Organizations					18	72	V, P	
Advanced Topics in Strategic Management	MANDATORY	12 / 90	12 / 120	12 / 90				Project / Reflection Paper / Take-Home Exam
Contemporary International Strategy					13,5	76,5	V, C, U	
Digital Strategy & Platforms					13,5	76,5	V, C, PR	
Transformative Technologies					13,5	76,5	V, U, PR, P	
Algorithms, M&A, Ecosystems					13,5	76,5	C, V, GW, P	
Marketing Management	ELECTIVE	9 / 90	-	9 / 90				Portfolio
Digital Communication, Social Media and Transformation					13,5	76,5	V, D, PR, C, GW	
Omnichannel Strategy / Sales					13,5	76,5	V, D, GW, PR, P	
Marketing in the Context of ESG					13,5	76,5	V, D, GW, PR, P	
German Culture & Language I	MANDATORY	-	9/120	-				Oral Exam / Evaluated Exercise / Class Participation / Written Exam / Presentation
Introduction to German Culture & Language I					37,5	52,5	V, RS, GW, P, M	
Introduction to German Culture & Language II					37,5	52,5	V, RS, GW, P, M	
German Culture & Language Elementary I					75	105	V, RS, GW, P, M	
German Culture & Language Elementary II					75	105	V, RS, GW, P, M	
Fall Term / YEAR 2 (Semester 3)								
Internship	MANDATORY	0 / 90	0 / 120	0 / 90				Portfolio
Consulting Field Project	MANDATORY	12 / 90	-	12 / 90				Portfolio
Field Study					54	306	RLP, COACH	
Master Thesis (choose 1 methods course)	MANDATORY	15 / 90	-	15 / 90				Portfolio / Master Thesis / Thesis Defense
Advanced Survey Research	ELECTIVE				13,5	76,5	V, U	
Qualitative Research Methods	ELECTIVE				13,5	76,5	V	
Final Paper	MANDATORY						NA	
Thesis Defense	MANDATORY						NA	
German Culture & Language II	MANDATORY	-	6/120	-				Oral Exam / Evaluated Exercise / Class Participation / Written Exam
German Culture & Language Elementary II					75	105	V, RS, GW, P, M	
German Culture & Language Intermediate I					75	105	V, RS, GW, P, M	
German Culture & Language II	MANDATORY	-	6/120	-				Oral Exam / Evaluated Exercise / Class Participation / Written Exam
German Culture & Language Intermediate I					75	105	V, RS, GW, P, M	
German Culture & Language Intermediate II					75	105	V, RS, GW, P, M	
Marketing Essentials	ELECTIVE	-	9 / 120	-				Class Participation / Essay / Presentation / Reflection Paper
Contemporary Marketing					13,5	76,5	IA, C, U, PR, P	
Consumer Behaviour					13,5	76,5	V, GW, P, D	
Product and Service Innovation					13,5	76,5	IA, C, U, PR, P	
Marketing Operations	ELECTIVE	-	9 / 120	-				Portfolio / Presentation / Take-Home Exam
Strategic Offsetting Management (L'Oréal)					13,5	76,5	RLP, V, GW	
Marketing Research and Customer Insights					13,5	76,5	V, IA, PR, C	
Branding					13,5	76,5	V, IA, GW, P	
Impact of Exogenous Trends and RE Economics	ELECTIVE	-	9 / 120	-				Case Study / Reflection Paper / Written Exam
Impact of Exogenous Trends in Real Estate					13,5	76,5	V, C	
Urban & RE Economics					13,5	76,5	L, IA	
RE Valuation					13,5	76,5	WS, T, RLP, FT	
Real Estate Finance	ELECTIVE	-	9 / 120	-				Case Study / Presentation / Project / Written Exam
RE Finance					13,5	13,5	76,5	
RE Cash Flow Modeling					13,5	13,5	76,5	
RE Legal & Fiscal Aspects					13,5	13,5	76,5	

Fall Term / YEAR 2 (Semester 4)							
Semester Abroad	Mandatory	0 / 90	–	–	–	900	
Practice Semester	Mandatory	–	–	0 / 90	–	900	
Consulting Field Project	MANDATORY	–	12 / 120	–	–	–	Portfolio
Field Study					54	306	RIP, COACH
Master Thesis (choose 1 methods course)	MANDATORY	–	15 / 120	–	–	–	Portfolio / Master Thesis / Thesis Defense
Advanced Survey Research	ELECTIVE				13,5	76,5	V, U
Qualitative Research Methods	ELECTIVE				13,5	76,5	V
Final Paper	MANDATORY					270	NA
Thesis Defense	MANDATORY					180	NA

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Insgesamt vermitteln beide Studiengänge den Studierenden ein umfassendes Verständnis der fortgeschrittenen Instrumente und Konzepte, die sie benötigen, um sich in den heutigen sich ständig verändernden Management-Geschäftsfeldern zu orientieren. Der Kanon an Wahlmodulen wird kontinuierlich basierend auf den Interessen der Studierenden und den Anforderungen von Arbeitgebern überprüft und ggf. angepasst. Beide Curricula tragen den Zielen des Studienganges angemessen Rechnung und gewährleisten die angestrebte Kompetenzentwicklung und Berufsbefähigung. Sie umfassen 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 eingesetzten Lehr- und Lernmethoden zeigen nach Meinung des Gutachtergremiums ein breites und gut ausgewähltes Spektrum, entsprechen der Studiengangskonzeption und stellen sicher, dass die Qualifikationsziele erreicht werden. Die vielfältigen unterschiedlichen Lehr- und Lernformen, wie Modul- und Projektarbeiten ermöglichen ein studierendenzentriertes Lehren und Lernen, wodurch die Studierenden aktiv in die Gestaltung von Lehr-, Lern- und Prüfungsprozessen einbezogen sind.

Entscheidungsvorschlag

Erfüllt

Studiengang 05 Master in Marketing

Das studiengangsspezifische Curriculum des Master in Marketing umfasst insgesamt 48 ECTS-Leistungspunkte, die in Form von Pflicht- (39 ECTS-Leistungspunkte) und Wahlmodulen (9 ECTS-Leistungspunkte) angeboten werden. Ergänzt wird das Curriculum durch verpflichtende Module zum Erwerb von methodischen und Persönlichkeitskompetenzen. Thematisch fokussiert das Curriculum auf marketingspezifische Digitalisierung und prozessorientiertes Innovationsmanagement.



Abb. 7: Struktur Master in Marketing

Im Fall Term beginnt das Studium mit den Pflichtmodulen „Marketing Essentials“ und „Managing Operations“, in dem Studierende im Kurs „Strategic Offering Management“, in Zusammenarbeit

mit L'Oréal und deren Brandstorm Challenge, bereits erste Praxis-Case Studies bearbeiten⁵. Ergänzt wird der Fall Term durch das Modul „Professional and Future Skills“, in dem ein umfassendes Verständnis der Grundsätze und Techniken des modernen Managements im digitalen Zeitalter vermittelt wird. Der Spring Term beginnt mit dem Modul „Marketing Implementation“, in dem der Fokus auf verschiedenen Facetten des Kundenbeziehungs- und Preismanagements liegt. Anschließend ermöglicht ein Wahlpflichtmodul („Marketing Management“) eine weitere Vertiefung der Marketing-Kenntnisse oder alternativ anderer Management-Themen wie z. B. Nachhaltigkeit/ESG, Strategie oder Innovation. Am Ende des zweiten Semesters wird das zuvor erworbene Wissen im Modul „Marketing Strategy“ in einem Projekt mit Unternehmenspartnern anhand von real-life Case Studies angewandt. Unterstützend dafür bietet der Kurs „Negotiation Skills“ hilfreiche Einblicke in Verhandlungs- und Präsentationstechniken im Businesskontext.

Die konkreten Inhalte des Studiengangs ergeben sich aus der folgenden Curriculumsübersicht:

Curriculum Master in Marketing (MSc) Accelerated Track / German Track / Semester Abroad Track / Practice Track									
Fall Term / YEAR 1 (Semester 1)									
Module/Course	MANDATORY / ELECTIVE	Credit Points (ECTS) / Gewicht für Gesamnote				Workload		Veranstaltungsform z.B. Vorlesung, Workshop, Tutorial	Gradings
		Semester Abroad Track	German Track	Accelerated Track	Practice Track	Stunden Präsenzstudium	Stunden Selbststudium		
Business Foundations	MANDATORY	0 / 90	0 / 90	0 / 90	0 / 90	42	318	C, V, O, S, U,	
Business Foundations									Class Participation / Essay / Presentation / Reflection Paper
Marketing Essentials	MANDATORY	9 / 90	9 / 120	9 / 60	9 / 90				
Contemporary Marketing						13,5	76,5	IA, C, U, PR, P	
Consumer Behaviour						13,5	76,5	V, GW, P, D	
Product and Service Innovation						13,5	76,5	IA, C, U, PR, P	
Marketing Operations	MANDATORY	9 / 90	9 / 120	9 / 60	9 / 90				Portfolio / Presentation / Take-Home Exam
Strategic Marketing Management (L'Oréal)						13,5	76,5	R, P, V, GW	
Marketing Research and Customer Insights						13,5	76,5	V, IA, PR, C	
Branding						13,5	76,5	V, IA, GW, P	
Professional & Future Skills	MANDATORY	9 / 90	9 / 120	9 / 60	9 / 90				Class Participation / Evaluated Exercise / Project / Reflection Paper / Written Exam
Managerial Methods for a Digital World						13,5	76,5	V, WS, BG	
Problem Analysis and Solving						13,5	76,5	IA, C, U, T	
Diversity Management						13,5	76,5	V, C, GW, D	
Spring Term / YEAR 1 (Semester 2)									
Sustainable Business Strategy	ELECTIVE	9 / 90	9 / 120	9 / 60	9 / 90				Essay / Presentation / Simulation / Written Exam
Strategy & Impact for the SDGs						13,5	76,5	V, C, WS	
Applied Strategies for Sustainable Development						6	84	BG	
Environmental Strategies and Value Creation						13,5	76,5	C, WS	
Managing Innovations	ELECTIVE	9 / 90	9 / 120	9 / 60	9 / 90				Case Study / Essay / Presentation / Project
Tools of Technology and Innovation Management (TIm)						13,5	76,5	V, U, P	
Founder's Skills						13,5	76,5	V, FT	
Venture Financing						13,5	76,5	V, C, GW	
Strategy & Organization	ELECTIVE	9 / 90	9 / 120	9 / 60	9 / 90				Evaluated Exercise / Written Exam
Controlling Modern Organization of Work						18	72	C, V, GW, P	
Cognitive Biases, Choices, and Strategy						18	72	V, P	
Motivating Employees in Organizations						18	72	V, P	
Marketing Implementation	MANDATORY	9 / 90	9 / 120	9 / 60	9 / 90				Class Participation / Portfolio / Written Exam
Customer Relationship Management						13,5	76,5	IA, C, U, P, GW	
Marketing Analytics						13,5	76,5	IA, C, U, P, GW	
Pricing						13,5	76,5	IA, C, U, P, GW	
Marketing Management	ELECTIVE	9 / 90	-	9 / 60	9 / 90				Portfolio
Digital Communication, Social Media and Transformation						13,5	76,5	V, D, PR, C, GW	
Omnichannel Strategy / Sales						13,5	76,5	V, D, GW, PR, P,	
Marketing in the Context of ESG						13,5	76,5	V, D, GW, PR, P,	
Marketing Strategy (Mix)	MANDATORY	15 / 90	15 / 120	-	15 / 90				Portfolio
Business Negotiation						13,5	76,5	V, WS	
Marketing Strategy (Mix)						54	306	FT, R, P, V, WS	
German Culture & Language I	MANDATORY	-	9/120	-	-				Oral Exam / Evaluated Exercise / Class Participation / Written Exam / Presentation
Introduction to German Culture & Language I						37,5	52,5	V, RS, GW, P, M	
Introduction to German Culture & Language II						37,5	52,5	V, RS, GW, P, M	
German Culture & Language Elementary I						75	105	V, RS, GW, P, M	
German Culture & Language Elementary II						75	105	V, RS, GW, P, M	

⁵ BRANDSTORM gehört weltweit zu den größten Studierendenwettbewerben. In den vergangenen 25 Jahren haben rd. 95.000 Studierende aus 58 Ländern teilgenommen. Zudem haben die Gewinnerinnen und Gewinner die Chance, dass ihre Ideen vom Weltmarktführer in der Kosmetik auf den Markt gebracht werden.

Master Thesis (choose 1 methods course)	MANDATORY	-	-	15 / 120	-					Portfolio / Master Thesis / Thesis Defense
Advanced Survey Research	ELECTIVE					13,5	76,5		V, U	
Qualitative Research Methods	ELECTIVE					13,5	76,5		V	
Final Paper	MANDATORY						270		N.A.	
Thesis Defense	MANDATORY						90		N.A.	
Fall Term / YEAR 2 (Semester 3)										
German Culture & Language II	MANDATORY	-	6/120	-						Oral Exam / Evaluated Exercise / Class Participation / Written Exam
German Culture & Language: Elementary II						75	105		V, RS, GW, P, M	
German Culture & Language: Intermediate I						75	105		V, RS, GW, P, M	
German Culture & Language II	MANDATORY	-	6/120	-						Oral Exam / Evaluated Exercise / Class Participation / Written Exam
German Culture & Language: Intermediate I						75	105		V, RS, GW, P, M	
German Culture & Language: Intermediate II						75	105		V, RS, GW, P, M	
Strategic Management	MANDATORY	-	9 / 120	-						Portfolio / Presentation / Written Exam
Competitive Strategy						13,5	76,5		C, V, P	
Corporate & Int'l Strategy						13,5	76,5		C, V, P	
Onboarding Project						13,5	76,5		V, WS, GW, P, C, PR	
Managerial Accounting, Finance & Economics	MANDATORY	-	9 / 120	-						Take-Home Exam / Written Exam
Financial Analysis & Managerial Accounting						13,5	76,5		V, T	
Int'l. Financial Analysis & Managerial Accounting						4,5	85,5		V, T	
Strategic Interactions in Markets						13,5	76,5		V, C, U	
Int'l. Strategic Interactions in Markets						6	84		V, C, U	
Contracts, Incentives & Compensation						13,5	76,5		V, C, U	
Int'l. Contracts, Incentives & Compensation						6	84		V, C, U	
Impact of Exogenous Trends and RE Economics	ELECTIVE	-	9 / 120	-						Case Study / Reflection Paper / Written Exam
Impact of Exogenous Trends in Real Estate						13,5	76,5		V, C,	
Urban & RE Economics						13,5	76,5		L, IA,	
RE Valuation						13,5	76,5		WS, T, RLP, FT	
Real Estate Finance	ELECTIVE	-	9 / 120	-						Case Study / Presentation / Project / Written Exam
RE Finance						13,5	76,5		RLP, COACH	
RE Cash Flow Modelling						13,5	76,5		RLP, COACH	
RE Legal & Fiscal Aspects						13,5	76,5		RLP, COACH	
Semester Abroad	Mandatory	0 / 90	-	-	-		900			
Practice Semester	Mandatory	-	-	-	0 / 90		900			
Fall Term / YEAR 2 (Semester 4)										
Master Thesis	MANDATORY	30 / 120	30 / 120	-	30 / 120					Portfolio / Master Thesis / Thesis Defense
Advanced Survey Research	MANDATORY					13,5	76,5		V, U	
Qualitative Research Methods	MANDATORY					13,5	76,5		V, U	
Final Paper	MANDATORY						270		N.A.	
Thesis Defense	MANDATORY						180		N.A.	

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

In seiner vorhergehenden Version als eine Spezialisierung des früheren Management-Studiengangs gehörte Marketing nach eigener Einschätzung zu den „historischen Stärken der Hochschule“, der nunmehr als eigener Studiengang angeboten wird. Die Hochschule nutzt die bisherigen Erfahrungen und hat sich mit dem Curriculum auf marketingspezifische Digitalisierung und prozessorientiertes Innovationsmanagement fokussiert.

Insgesamt wird den Studierenden ein umfassendes Verständnis der Instrumente und Konzepte vermittelt, die sie benötigen, um den Ansprüchen der sich in raschem Abstand ständig verändernden Marketingwelt gerecht werden zu können. Durch die Kooperation mit BRANDSTROM begeben sich die Studierenden bereits zu einem sehr frühen Zeitpunkt der Ausbildung in einen großen internationalen Wettbewerb.

Das Curriculum trägt den Zielen des Studiengangs angemessen Rechnung und gewährleistet die angestrebte Kompetenzentwicklung und Berufsbefähigung. Es umfasst die Vermittlung von Fachwissen und fachübergreifenden 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 eingesetzten Lehr- und Lernmethoden zeigen nach Meinung des Gutachtergremiums ein breites und gut ausgewähltes Spektrum, entsprechen der Studiengangskonzeption und stellen sicher, dass die Qualifikationsziele erreicht werden. Die vielfältigen unterschiedlichen Lehr- und Lernformen, wie Modul- und Projektarbeiten ermöglichen ein studierendenzentriertes Lehren und Lernen, wodurch die Studierenden aktiv in die Gestaltung von Lehr-, Lern- und Prüfungsprozessen einbezogen sind.

Entscheidungsvorschlag

Erfüllt

Studiengang 06 Master in Business Analytics

Das studiengangsspezifische Curriculum des Masterstudiengangs in Business Analytics umfasst insgesamt 48 ECTS-Leistungspunkte, die als Pflicht- (33 ECTS-Leistungspunkte) und Wahlfächer (15 ECTS-Leistungspunkte) angeboten werden. Der Studiengang zeichnet sich durch eine quantitative Ausrichtung aus, die auf dem Modul "Fundamentals of Quantitative Analysis" basiert, das zu Beginn des Studiums gelehrt wird. Das Curriculum bietet umfassende Kenntnisse im Bereich Business Analytics, während die Wahlmodule eine Profilierung und Erweiterung der Managementkenntnisse ermöglichen.

Year 1					Year 2	
Semester 1		Semester 2			Semester 3	Semester 4
Period 1	Period 2	Period 3	Period 4	Period 5		
Data Visualization	Advanced Statistics	Machine Learning	Natural Language Processing for Business Applications	Business Analytics Project	Integrated Semester Abroad/ Practice Semester	Master Thesis
Fundamentals of Quantitative Analysis			Key Skills for modern finance professionals			

Struktur Master in Business Analytics

Die Fall Term-Module "Data Visualization" und "Advanced Statistics" befähigen Studierende, datenbasierte Informationen visuell zu vermitteln, Daten in Datenbanken zu organisieren und statistische Auswertungen durchzuführen. Im Spring Term liegt der Fokus in den Modulen "Machine Learning" und "Natural Language Processing for Business Applications" auf der Analyse großer Mengen unstrukturierter, textlastiger Daten sowie Machine Learning-Techniken. Das abschließende Projekt "Applied Business Analytics Hackathon" bietet den Studierenden die Möglichkeit, ihre wirtschaftlichen und technischen Fähigkeiten für reale Anwendungen zu nutzen und vor Unternehmenspartnern zu präsentieren. Im Projekt integriert ist der verpflichtende Kurs "Key Skills for Modern Finance Professionals", der die Studierenden mit aktuellen Themen wie ESG und Blockchain vertraut macht und ihnen Führungs- und Verhandlungskompetenzen vermittelt, die sie auf den Arbeitsmarkt vorbereiten.

Die konkreten Inhalte des Studiengangs ergeben sich aus der folgenden Curriculumsübersicht:

Curriculum Master in Business Analytics (MSc) Accelerated Track / German Track / Semester Abroad Track / Practice Track									
Fall Term / YEAR 1 (Semester 1)									
Module/Course	MANDATORY / ELECTIVE	Credit Points (ECT S) / Gewicht für Gesamtnote				Workload		Veranstaltungsform z.B. Vorlesung, Workshop, Tutorial	Gradings
		Semester Abroad Track	German Track	Accelerated Track	Practice Track	Stunden Präsenzstudium	Stunden Selbststudium		
Business Foundations	MANDATORY	0 / 90	0 / 90	0 / 90	0 / 90	42	318	C, V, O, S, U,	
Fundamentals of Quantitative Analysis	MANDATORY	9 / 90	9 / 120	9 / 60	9 / 90				Evaluated Exercise / Written Exam
Statistics (incl. Tutorial)						27	63	IA, U	
Python (incl. Tutorial)						27	63	IA, U	
Econometrics (incl. Tutorial)						27	63	IA, U	
Data Visualization	MANDATORY	9 / 90	9 / 120	9 / 60	9 / 90				Evaluated Exercise / Written Exam
Data Visualization (incl. Tutorial)	MANDATORY					13,5	166,5	IA, U	
Data Structures and Database Management (incl. Tutorial)	MANDATORY					13,5	166,5	IA, U	
Elective 1: Choose 1 course from Management/Marketing course catalogues (see below)	ELECTIVE					0	0		
Advanced Statistics	MANDATORY	9 / 90	9 / 120	9 / 60	9 / 90				Written Exam
Advanced Statistics (incl. Tutorial)	MANDATORY					27	153	IA, U	
Elective 2: Choose 1 course from Management/Marketing course catalogues (see below)	ELECTIVE					0	0		
Management/Marketing Course Catalogue									abhängig vom gewählten Kurs
Competitive Strategy						13,5	76,5		
Corporate & International Strategy						13,5	76,5		
Onboarding Project						13,5	76,5		
Financial Analysis & Managerial Accounting						13,5	76,5		
Tutorial: Financial Analysis & Managerial Accounting						4,5	85,5		
Strategic Interactions in Markets						13,5	76,5		
Tutorial: Strategic Interactions in Markets						6	84		
Contracts, Incentives & Compensation						13,5	76,5		
Tutorial: Contracts, Incentives & Compensation						6	84		
Contemporary Marketing						13,5	76,5		
Consumer Behaviour						13,5	76,5		
Product and Service Innovation						13,5	76,5		
Strategic Online Management (I/Oweb)						13,5	76,5		
Marketing Research and Customer Insights						13,5	76,5		
Branding						13,5	76,5		
Spring Term / YEAR 1 (Semester 2)									
Essential Skills for modern Financial Professionals and Finance Project (choose 1 out of 2)	MANDATORY	15 / 90	15 / 120	-	15 / 90				Project / Written Exam
Key Skills for Modern Financial Professionals	MANDATORY					13,5	76,5	IA, C, GW	
Wealth Creation through Active Asset Allocation	ELECTIVE					54	126	V, GW	
Corporate Finance & Investment Banking	ELECTIVE					54	126	V, GW, P,	
Applied Business Analytics Handbook	MANDATORY					54	126	V, GW,	
Fundamentals of Quantitative Analysis	MANDATORY	9 / 90	9 / 120	9 / 60	9 / 90				None
Statistics (incl. Tutorial)						27	63	IA, U	
Python (incl. Tutorial)						27	63	IA, U	
Econometrics (incl. Tutorial)						27	63	IA, U	
Machine Learning	MANDATORY	9 / 90	9 / 120	9 / 60	9 / 90				Presentation / Take-Home Exam
Introduction to Machine Learning	MANDATORY					13,5	166,5	V, GW	
Advanced Machine Learning Techniques	MANDATORY					6,75	83,25	V, GW	
Natural Language Processing for Business Applications	MANDATORY	6 / 90	6 / 120	6 / 60	6 / 90				Presentation / Take-Home Exam
Text Mining	MANDATORY					13,5	76,5	V, GW	
Natural Language Processing (NLP)	MANDATORY					13,5	76,5	V, GW	
Elective 3: Choose 1 course from Management/Marketing course catalogues (see below)	ELECTIVE							abhängig vom gewählten Kurs	
Management/Marketing Course Catalogue									abhängig vom gewählten Kurs
Strategy & Impact for the SBCs						13,5	76,5		
Applied Strategies for Sustainable Development						6	84		
Applied Strategies for Sustainable Development						7,5	82,5		
Environmental Strategies and Value Creation						13,5	76,5		
Tools of Technology and Innovation Management (TIM)						13,5	76,5		
Founder's Skillset						13,5	76,5		
Venture Financing						13,5	76,5		
Controlling: Modern Organizational Work						18	72		
Cognitive Biases, Choices, and Strategy						18	72		
Motivating Employees in Organizations						18	72		
Digital Communication, Social Media and Transformation						13,5	76,5		
Online Business Strategy / Sales						13,5	76,5		
Marketing in the Context of ESG						13,5	76,5		
German Culture & Language I	MANDATORY	-	9/120	-	-				Oral Exam / Evaluated Exercise / Class Participation / Written Exam / Presentation
Introduction to German Culture & Language I						37,5	52,5	V, RS, GW, P, M	
Introduction to German Culture & Language II						37,5	52,5	V, RS, GW, P, M	
German Culture & Language Elementary I						75	105	V, RS, GW, P, M	
German Culture & Language Elementary II						75	105	V, RS, GW, P, M	
Master Thesis Project	MANDATORY	-	-	15 / 60	-				
Academic Writing and Finance Research						19,5	70,5	V, II	
Master Thesis							360	M.A.	
Fall Term / YEAR 2 (Semester 3)									
German Culture & Language II	MANDATORY	-	6/120	-	-				Oral Exam / Evaluated Exercise / Class Participation / Written Exam
German Culture & Language Elementary II						75	105	V, RS, GW, P, M	
German Culture & Language Intermediate I						75	105	V, RS, GW, P, M	
German Culture & Language II	MANDATORY	-	6/120	-	-				Oral Exam / Evaluated Exercise / Class Participation / Written Exam
German Culture & Language Intermediate I						75	105	V, RS, GW, P, M	
German Culture & Language Intermediate II						75	105	V, RS, GW, P, M	
Strategic Management	ELECTIVE	-	9 / 120	-	-				Portfolio / Presentation / Written Exam

Competitive Strategy						13,5	76,5	G, V, P	
Corporate & International Strategy						13,5	76,5	G, V, P	
Onboarding Project						13,5	76,5	V, WS, GW, P, C, PR	
Managerial Accounting, Finance & Economics	ELECTIVE	--	9 / 120	--					Take-Home Exam / Written Exam
Financial Analysis & Managerial Accounting						13,5	76,5	V, T	
Tutorial: Financial Analysis & Managerial Accounting						4,5	85,5	V, T	
Strategic Interactions in Markets						13,5	76,5	V, C, U	
Tutorial: Strategic Interactions in Markets						6	84	V, C, U	
Contracts, Incentives & Competition						13,5	76,5	V, C, U	
Tutorial: Contracts, Incentives & Competition						6	84	V, C, U	
Impact of Exogenous Trends and RE Economics	ELECTIVE	--	9 / 120	--					Case Study / Reflection Paper / Written Exam
Impact of Exogenous Trends in Real Estate						13,5	76,5	V, C	
Urban & RE Economics						13,5	76,5	L, IA	
RE Valuation						13,5	76,5	WS, T, RLP, FT	
Real Estate Finance	ELECTIVE	--	9 / 120	--					Case Study / Presentation / Project / Written Exam
RE Finance						13,5	76,5	RLP, COACH	
RE Cash Flow Modeling						13,5	76,5	RLP, COACH	
RE Legal & Fiscal Aspects						13,5	76,5	RLP, COACH	
Marketing Essentials	ELECTIVE	--	9 / 120	--					Class Participation / Essay / Presentation / Reflection Paper
Contemporary Marketing						13,5	76,5	IA, C, U, PR, P	
Consumer Behaviour						13,5	76,5	V, GW, P, D	
Product and Service Innovation						13,5	76,5	IA, C, U, PR, P	
Marketing Operations	ELECTIVE	--	9 / 120	--					Portfolio / Presentation / Take-Home Exam
Strategic Offering Management (U-Orient)						13,5	76,5	RLP, V, GW	
Marketing Research and Customer Insights						13,5	76,5	V, IA, PR, C	
Branding						13,5	76,5	V, IA, GW, P	
Professional & Future Skills	ELECTIVE	--	9 / 120	--					Class Participation / Evaluated Exercise / Project / Reflection Paper / Written Exam
Management Methods for a Digital World						13,5	76,5	V, WS, BG	
Problem Analytics and Solving						13,5	76,5	IA, C, U, T	
Diversity Management						13,5	76,5	V, C, GW, D	
Financial Modelling, Accounting for M&A and IFRS OR Economics of Financial Markets and Crises	ELECTIVE	--	9 / 120	--					Essay / Evaluated Exercise / Written Exam
Financial Modelling	MANDATORY					13,5	76,5	V	
Accounting for M&A and IFRS	ELECTIVE					27	153	V, GW	
Economics of Financial Markets & Crises	ELECTIVE					27	153	V, WS	
Empirical Finance, Financial Risk OR Mergers & Acquisitions	ELECTIVE	--	9 / 120	--					Presentation / Project / Written Exam
Empirical Finance	MANDATORY					13,5	76,5	IA, U, C	
Risk Management in Financial Institutions	ELECTIVE					27	153	V	
Merger & Acquisitions	ELECTIVE					36	144	V, C, RLP, WS	
Semester Abroad	Mandatory	0 / 90	--	--			900		
Practice Semester	Mandatory	--	--	--	0 / 90		900		
Fall Term / YEAR 2 (Semester 4)									
Master Thesis Project	MANDATORY	30 / 90	30 / 120	--	30 / 90				
Academic Writing and Finance Research						19,5	70,5	V, U	
Master Thesis							810	NA	

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Der Master in Business Analytics gehört nach Einschätzung des Gutachtergremiums zu den besonders innovativen Studienangeboten der Hochschule mit besonders guten Chancen für die Absolventinnen und Absolventen auf dem Arbeitsmarkt. Die vermittelte Kombination aus Methoden, Techniken und Instrumenten zur digitalen bzw. maschinellen Er- und Bearbeitung von Text und Sprachdaten und ihrer Visualisierung wird die Studierenden nach ihrem Studienabschluss befähigen, komplexe Geschäftsabläufe zu steuern sowie datengetriebene Entscheidungen im Unternehmen zu unterstützen. Praxisnahe Anwendungen und innovative Projekte sollen hierbei eine besondere Rolle spielen.

Insgesamt wird der Studiengang den Studierenden ein umfassendes Verständnis der neuen Instrumente und Konzepte vermitteln, die sie benötigen, um sich in den sich ständig verändernden Management-Geschäftsfeldern zu orientieren. Der Kanon an Wahlmodulen wird kontinuierlich basierend auf den Interessen der Studierenden und den Anforderungen von Arbeitgebern überprüft und ggf. angepasst. Das Curriculum trägt den Zielen des Studiengangs 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 eingesetzten Lehr- und Lernmethoden zeigen nach Meinung des Gutachtergremiums ein breites und gut ausgewähltes Spektrum, entsprechen der Studiengangskonzeption und stellen sicher, dass die Qualifikationsziele erreicht werden. Die vielfältigen unterschiedlichen Lehr- und Lernformen, wie Modul- und Projektarbeiten ermöglichen ein studierendenzentriertes Lehren und Lernen, wodurch die Studierenden aktiv in die Gestaltung von Lehr-, Lern- und Prüfungsprozessen einbezogen sind.

Entscheidungsvorschlag

Erfüllt

Mobilität (§ 12 Abs. 1 Satz 4 StakV)

Sachstand

Die Mobilität der Studierenden wird faktisch in allen sechs Studiengängen durch die Anerkennung von im Ausland zu erbringenden bzw. erbrachten Studienleistungen unterstützt. Die von den Studierenden im Semester Abroad Track im Ausland erworbenen ECTS-Leistungspunkte werden transferiert und zählen zur Erreichung der für den Masterabschluss an der Hochschule notwendigen ECTS-Leistungspunkte. Gleiches gilt für an anderen Hochschulen abgeschlossene Module auf Master-Niveau. Die Anrechnung ist in §19 der Allgemeine Bestimmungen für Studien- und Prüfungsordnungen an der EBS Universität für Wirtschaft und Recht geregelt und erfolgt in Einzelprüfung.

Learning Agreements stellen sicher, dass nur Kurse belegt werden können, die in Inhalt und Anspruch den Anforderungen der Hochschule entsprechen. Nach jedem Semester sind die Ergebnisse auf CampusNet sichtbar bzw. erhalten die Studierenden auf Anfrage einen Semester-Report mit allen absolvierten Leistungen.

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Ein (wenn auch unwahrscheinlicher) Wechsel an eine andere Hochschule jeweils zum Semesterbeginn führt durch den semesterweisen Neustart der Module zu keinem Zeitverlust.

Das Gutachtergremium hat sich im Rahmen der Gespräche vor Ort davon überzeugt, dass die Studierenden eine sehr gute Betreuung vor, während und nach dem Auslandsaufenthalt erhalten (z.B. bei der Auswahl der Partnerhochschule und bei Problemen während des Auslandsaufenthaltes). Die Grundsätze der Lissabon-Konvention sind erfüllt. Das Gutachtergremium ist überzeugt, dass die Hochschule insgesamt geeignete Rahmenbedingungen zur Förderung der studentischen Mobilität geschaffen hat.

Entscheidungsvorschlag

Erfüllt

Personelle Ausstattung (§ 12 Abs. 2 StakV)

Sachstand

Um den Anforderungen der Ziele der M.Sc.-Studiengänge sowie deren Lehrkonzept gerecht werden, setzt die Hochschule in ihrer Berufsordnung bzw. ihrer Grundordnung voraus, dass die hauptamtlich zu Berufenen

- in ihrem Fach ausgewiesen sind,
- über Praxiserfahrungen und
- einen internationalen Hintergrund verfügen
- sowie hohe Lehrkompetenz und Interdisziplinarität nachweisen können.

Die Berufung hauptamtlicher Lehrkräfte erfolgt entsprechend den Regeln des hessischen Hochschulrechtes (§§ 91, 92 HHG). Lehrbeauftragte (externe Lehrende) müssen entsprechende fachliche und didaktische Kompetenzen aufweisen und werden durch Erteilung eines befristeten Lehrauftrags verpflichtet. Die externen Lehrenden sind grundsätzlich einem Lehrstuhl der Hochschule

zugeordnet, der damit eine Betreuungsfunktion übernimmt und auch die Koordination mit diesen Lehrenden gewährleistet. Auf der Ebene einzelner Module liegt diese Funktion bei den Modulverantwortlichen. Die Hochschule unterscheidet explizit zwischen externen Lehrenden, die einen Lehrauftrag erhalten und wesentliche Teile einer Veranstaltung oder komplette Kurse übernehmen, und Gastreferentinnen und -referenten, die meist nur einzelne Vorlesungen/Vorträge innerhalb eines Kurses halten.

Die vorgelegte Lehrverflechtungsmatrix weist aus, dass ca. 82 % der Lehre in den Masterprogrammen durch hauptamtliche Lehrende (1.560 Lehrstunden) erfolgt. 18% der Lehre wird durch externe Lehrende (350 Lehrstunden) abgedeckt. Das ermöglicht auch eine enge Einbindung von Unternehmenspartnern in die Lehre. Derzeit lehren in den Master-Programmen 37 % ausländische Lehrkräfte, die Frauenquote liegt bei 23 %.

Das wissenschaftliche Personal an der Hochschule setzt sich aus drei Kategorien zusammen

- der Kernfakultät, bestehend aus Seniorprofessorinnen und -professoren und Juniorprofessorinnen und -professoren
- der erweiterten Fakultät, die zusätzlich Honorar-, Adjunkt- und Visiting Professorinnen und -professoren sowie interne Dozentinnen und Dozenten sowie Postdoktorandinnen und Postdoktoranden umfasst, und
- den externen Dozentinnen und Dozenten.

Damit werden die Lehrveranstaltungen aller Master-Studiengänge weit überwiegend von Mitgliedern der Kernfakultät angeboten und so die wissenschaftliche Basis der Lehre gesichert. Zugleich wird dadurch auch die Einbindung von Unternehmenspartnern in die Lehre ermöglicht. Ein Überblick über die Publikationen des Lehrpersonals wird in den Lebensläufen ausführlich dargestellt.

Vor allem in den Spezialisierungen sind die Lehrprogramme so ausgerichtet, dass die hochschulinternen Lehrenden mit ihren Forschungsaktivitäten den aktuellen wissenschaftlichen Kenntnisstand in das Programm einbringen.

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Das Curriculum wird durch fachlich und methodisch-didaktisch qualifiziertes Lehrpersonal umgesetzt. Das Gutachtergremium hat sich nach Lektüre der detaillierten CV-Beschreibungen der Professoren und zahlreichen Gesprächen mit Mitgliedern des Lehrkörpers davon überzeugt, dass die wissenschaftlichen, pädagogischen und didaktischen Qualifikationen des Lehrpersonals den Anforderungen und Zielsetzungen der Studiengänge entsprechen. Dies gilt insbesondere auch für die Praxiskenntnisse. Das Verfahren zur Stellenbesetzung einschließlich der Berufungsverfahren orientiert sich an den landesrechtlichen Vorgaben.

Die Verbindung von Forschung und Lehre erfolgt insbesondere durch die hauptberuflich tätigen Lehrenden. Die Ergebnisse ihrer Forschungsprojekte fließen regelmäßig in den Prozess der Weiterentwicklung und Aktualisierung der Studiengänge ein.

Im Rahmen der Begehung vor Ort hat sich das Gutachtergremium davon überzeugt, dass das Personalkonzept mit den vorhandenen Lehrenden sinnvoll umgesetzt wird und eine langfristige Planung gewährleistet ist.

Die Möglichkeit zur Teilnahme des Lehrpersonals an den Angeboten zu Fortbildungen des SRH Zentrums für wissenschaftliche Weiterbildung wird vom Gutachtergremium als positiv beurteilt.

Entscheidungsvorschlag

Erfüllt

Ressourcenausstattung (§ 12 Abs. 3 StakV)

Sachstand

Das Faculty Management mit dem Frontoffice (Programme Management (PrM) und PrüAmt) sowie dem Back Office (Academic Manager) unterstützen Lehrende und Studierende der Business School, im Einzelnen können sie auf die folgenden Mitarbeiterteams zurückgreifen:

Professional Staff Teams (Stellen)

Staff Unit	Mainly supports	Headcount	FTE
Program Management incl. Examinations Office	Students and Faculty	26	20,81
Faculty Management incl. Deans Office and Academic Manager	Faculty	9	6,85
Student Services (Service Point, Student Office)	Students	5	5,00
International Services (Int. Office, Language Institute)	Students	7	5,30
Backoffice Functions: Admissions, Resource & Schedule Management	Students	7	5,50
Coaching	Students	5	3,95
Career Service Center	Students	2	2,00
Marketing & Recruiting & PR	Students	15	13,60
Potential & Transformation Hub - Library/Learning Architecture/ Digitalization Strategy*	Students and Faculty	8	7,00
IT Services	Students and Faculty	3	3,00
Corporate & International Relations	Faculty	3	3,00
Alumni Relations	Alumni	4	2,50
Quality Management & Accreditation	Faculty	5	4,45
Controlling & Accounting	Faculty	6	3,95
HR & Legal	Faculty	6	5,10
Total		111	69,20

Das Programme Management informiert die Studierenden durch Informationsveranstaltungen, durch die Erläuterung von Studienabläufen unter Einbindung von Beiträgen relevanter Servicebereiche wie z. B. des Prüfungsamts und über Mailings. Darüber hinaus werden zu Semesterbeginn die programmrelevanten Policies & Procedures sowie Modulbeschreibungen und weitere Informationen für die Studierenden online über die Myebs-Plattform (myebs.de) aktualisiert. Diese Plattform wird ergänzt durch die Campussoftware CampusNet. Mit ihr können die Studierenden online ihren Stundenplan, die Vorlesungsunterlagen und die Noten einsehen sowie die Dozentinnen und Dozenten direkt per Nachrichtenfunktion kontaktieren.

Die persönliche Betreuung der Studierenden zu studienspezifischen Fragestellungen wird ebenfalls durch das PrM wahrgenommen.

Als weitere Servicebereiche sind beteiligt:

- das Service Desk als erste Anlaufstelle für alle Angelegenheiten rund um das Hochschulleben
- das Students Office für alle Anliegen und Formalitäten rund um die Einschreibung
- das Resource & Schedule Management für die Stunden- und Raumplanung
- das Prüfungsamt für die Koordination der Prüfungen, Noten und Ergebnisse, für die Erstellung der Leistungsnachweise und die Anerkennung ausländischer und externer Kurse,
- der Bereich International Programmes für Informationen zum Auslandssemester sowie für die Betreuung der Studierenden vor und während des Auslandssemesters,
- die Abteilung Coaching für das Coaching Programm der Hochschule,
- die Abteilung Career Service Center für das Serviceangebot im Bereich der Karriereberatung.

Die Lehrveranstaltungen der M.Sc.-Master-Programme finden in der Regel auf dem Hauptcampus (als „Schloss“ bezeichnet) in Oestrich-Winkel des Campus Rheingau der Hochschule statt. Das Schloss umfasst ca. 3.000 qm HNF mit 11 Hörsälen, 2 Konferenzräumen sowie 16 Breakout-Rooms (individueller Lernbereich). Die Hörsäle haben eine Kapazität zwischen 52 und 72, zwei Hörsäle von mehr als 100 Plätzen.

Die Hörsäle sind mit Whiteboard, Flipchart, Metaplantafel, Beamer, Mikrofon, Kamera und Microsoft Surface ausgestattet. Campusweit steht den Studierenden ein Druckersystem mit kostenloser Scanfunktion sowie ein WLAN-Netz mit Internetzugang zur Verfügung.

Auf dem geschlossenen Studierendenportal (myEBS.de), kann sich die studentische Gemeinschaft austauschen. Das Portal dient zugleich als Intranet, von dem die Studierenden alle Informationen und Dokumente zum Studienablauf wie Prüfungsordnungen, Modulbeschreibungen, Programminformationen, Policies etc. abrufen können. Auf dem Studierenden Management System CampusNet stehen den Studierenden alle Informationen rund um den Studienablauf, Stundenplan, Skripte, Prüfungstermine und Prüfungsergebnisse zur Verfügung.

Die Präsenzbibliothek (von der Hochschule als Learning Center bezeichnet) auf dem Campus dient als zentrale Einrichtung für Studierende und wissenschaftliche Mitarbeiter der Hochschule zur Unterstützung von Forschung, Lehre und Weiterbildung. Das Learning Center ist als Präsenzbibliothek mit Freihandaufstellung konzipiert. Es verfügt über 75 Arbeitsplätze. Zudem können die Studierenden die angrenzenden Break-Out Räume sowie benachbarte Hörsäle und Besprechungsräume zum individuellen Lernen oder für Gruppenarbeiten nutzen. Die Nutzung der Räume ist flexibel rund um die Uhr möglich, ein Serviceteam steht während der Öffnungszeiten für Beratung und Auskunft zur Verfügung.

Für wissenschaftliches Personal besteht die Möglichkeit der längerfristigen Ausleihe. Studierende können eine sog. Kurzeitausleihe in Anspruch nehmen. Der Ausleihzeitraum für Studierende erstreckt sich dabei von den Nachmittagsstunden bis zum Vormittag des nächsten Öffnungstages. Nicht im Bestand des Learning Centers befindliche Medien werden sowohl für Studierende sowie auch für wissenschaftliches Personal per Fernleihe in Kooperation mit der Hessischen Landesbibliothek beschafft.

Der Bibliotheksbestand am Standort Oestrich-Winkel einschließlich der Lehrstuhlbibliotheken der Business School umfasst ca. 27.200 deutsche und internationale Medieneinheiten im Printformat (Handbücher, Nachschlagewerke, Lehrbücher, Dissertationen, Arbeitspapiere, Loseblattausgaben, Zeitschriften, Geschäftsberichte etc.). Lizenziert sind außerdem die relevanten allgemeinen und fachspezifischen Bibliografien, Datenbanken bzw. Zeitschriften-Aggregator-Datenbanken entsprechend dem fachlichen Angebot.

Alle von der EBS Universität abonnierten bzw. lizenzierten Zeitschriften sowie alle kostenfrei zugänglichen allgemeinen und fachspezifischen Zeitschriften sind über die Zeitschriftendatenbank (ZDB) bzw. EZB sowie den Online-Katalog der EBS Universität nachgewiesen und in der Regel auch elektronisch zugänglich.

Die Bibliothek ist Mitglied des Gemeinsamen Bibliotheksverbundes (GBV) in Göttingen mit ca. 590 Teilnehmerbibliotheken. Der Verbund verfügt über ein integriertes Bibliothekssystem, das Erwerb, Katalogisierung, Ausleihe und Fernleihe der Literatur abdeckt und einen Teil der elektronischen Medien mit lokalen Daten und Zugangslinks versorgt.

Im Zuge der digitalen Transformation des Learning Centers wird das Angebot der e-Medien sukzessive ausgebaut und erweitert. Die Verlagerung von Print- zu E-Ressourcen wird dabei unter Berücksichtigung fach- und benutzerspezifischer Bedarfe gefördert und vorangetrieben.

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Das Verhältnis der zur Verfügung stehenden Räumlichkeiten und die Anzahl der zu erwartenden Studierenden ist aus Sicht des Gutachtergremiums angemessen.

Die Verwaltungsunterstützung und die Ressourcenausstattung für Studierende und Lehrende bewertet das Gutachtergremium als positiv. Während der Begehung vor Ort hat sich das Gutachtergremium davon überzeugt, dass die Personalausstattung in den einzelnen Verwaltungseinrichtungen personell ausreichend besetzt sind.

Die Ausstattung der Bibliothek und die dort vorhandenen Arbeitsmöglichkeiten für Studierende sind angemessen. Die Hochschule hält die Literatúrausstattung in den Bibliotheken kontinuierlich auf aktuellem Stand, was das Gutachtergremium bestätigt.

Entscheidungsvorschlag

Erfüllt

Prüfungssystem (§ 12 Abs. 4 StakV)

Sachstand

In den M.Sc.-Studiengängen werden verschiedene Formen der Leistungsüberprüfung eingesetzt, um damit dem Spektrum der in den Learning Objectives formulierten Kompetenzziele gerecht zu werden. Die Bewertung aller Prüfungsleistungen erfolgt in einem Quotienten System. Die Prüfungsmodalitäten für die sechs Studiengänge sind in der hierfür erlassenen Prüfungsordnung geregelt.

Die folgende Tabelle zeigt die eingesetzten Formate für Prüfungsleistungen sowie deren prozentuale Verteilung in den Master of Science Modulen:

Verteilung der Prüfungen im Master of Science (MSc)							
Prüfungsart	Master in Strategy and International Management	Master in Management	Master in Marketing	Master in Finance	Master in Business Analytics	Master in Real Estate	Gesamt
Case Study	2,47%	4,60%	1,71%	1,83%	0,00%	18,38%	5,28%
Class Participation	3,60%	2,68%	5,13%	0,00%	0,00%	0,00%	2,81%
Essay	2,47%	4,60%	5,13%	3,67%	0,00%	1,71%	2,94%
Evaluated Exercise	4,94%	6,51%	3,42%	5,96%	4,32%	0,00%	4,29%
Learning Journal	0,00%	0,00%	0,00%	3,67%	0,00%	0,00%	1,04%
Oral Exam	0,93%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,39%
Peer Group Evaluation	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Portfolio	20,37%	17,24%	34,19%	2,75%	3,70%	3,85%	15,84%
Presentation	6,79%	10,34%	8,55%	3,67%	4,94%	11,54%	8,31%
Project	8,33%	5,17%	3,85%	24,77%	22,22%	6,84%	11,90%
Reflection Paper	2,16%	2,87%	2,99%	0,00%	0,00%	1,71%	1,77%
Simulation	0,93%	1,72%	1,28%	0,00%	0,00%	0,00%	0,39%
Take-Home Exam	4,01%	5,17%	1,71%	2,75%	9,88%	0,00%	5,06%
Written Exam	20,78%	25,29%	11,54%	28,90%	25,31%	25,21%	24,37%
Master Thesis	16,67%	10,34%	15,38%	22,02%	29,63%	30,77%	13,25%
Thesis Defense	5,56%	3,45%	5,13%	0,00%	0,00%	0,00%	2,34%

Verteilung der Prüfungsformen

Während des Major Review Prozesses wurden die vorhandenen Prüfungsleistungen mit allen Stakeholdern diskutiert und dahingehend überprüft, ob sie noch den Anforderungen der Lehre genügen. Als Ergebnis wurden die zusätzliche Prüfungsformen „Portfolio“ und „Simulation“ eingeführt.

In den 14 Prüfungsformen spiegelt sich die Ausrichtung an den Learning Objectives wider. Die Prüfungsformen werden genutzt, um die verschiedenen Learning Objectives zu erreichen. Dabei werden oft Prüfungsformen kombiniert, um einen größeren Lernerfolg zu sichern, wie z. B. im Kurs „Diversity Management“, in dem die Studierenden ein Projekt erarbeiten und dieses dann in einem Reflection Paper reflektieren. Die Prüfungsform „Portfolioprüfung“ ermöglicht insbesondere in den großen, praxisbezogenen Projektmodulen wie dem „Consulting Field Project“ oder dem „Marketing Strategy Project“ die lernbegleitende, kontextbezogene Prüfung diverser Kompetenzen. Die Prüfungsgestaltung ist dabei so strukturiert, dass durch eine Vielfalt von studienbegleitenden Prüfungsformen die Prüfungsdichte während der Klausurphasen verringert und ein kontinuierliches, nachhaltigeres Lernen möglich ist. Der Anteil an schriftlichen Prüfungen wurde im Vergleich zur letzten Akkreditierung 2019 von durchschnittlich 38,3 % auf durchschnittlich 24,4 % gesenkt. Für jeden Kurs ist eine zweimalige Wiederholung möglich. In jedem Semester werden zwei Klausurtermine angeboten.

Vor Beginn jedes Semesters wird ein digitales Vorlesungsverzeichnis veröffentlicht, in dem alle Module des kommenden Semesters mit ihren Lehrinhalten und Prüfungsanforderungen dargestellt sind. Das ermöglicht den Studierenden einen frühzeitigen Überblick über die Module und ihre Zusammenhänge und sie können erkennen, welche Leistungsnachweise in welchem Prüfungsfach zu erbringen sind. Das Vorlesungsverzeichnis wird ergänzt durch die Veröffentlichung der Informationen in der Campus-Software CampusNet, in der die Studierenden den Stundenplan und die Prüfungstermine einsehen können.

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Die in den Modulen festgelegten Prüfungsleistungen sind nach Überzeugung des Gutachtergremiums in Form, Inhalt und Vielfalt gut dazu geeignet, die jeweiligen Lernergebnisse festzustellen. Die durchgängige Zuordnung der Prüfungsformen zu den Learning Objectives erhöht nach Überzeugung des Gutachtergremiums zudem die Transparenz und verdeutlicht die jeweilige Kompetenzorientierung. Positiv bewertet das Gutachtergremium, dass die vielfältigen Prüfungsformen nicht nur die Fachkompetenzen der Studierenden, sondern auch die Persönlichkeitsentwicklung der Studierenden fördert.

Der explizite Ansatz der Hochschule in einem Modul sowohl summative als auch formative Prüfungen einzusetzen, um dadurch verschiedene Kompetenzen besser abprüfen zu können, wird vom Gutachtergremium positiv beurteilt. Es sieht es als überzeugend an, dass dadurch das Erreichen der angestrebten Lernergebnisse sinnvoll kontinuierlich überprüft werden kann, ohne dass zusätzliche Belastungen entstehen.

Entscheidungsvorschlag

Erfüllt

Studierbarkeit (§ 12 Abs. 5 StakV)

Die Studierbarkeit der Master-Studiengänge stellt die Hochschule quantitativ über die folgende Workloadberechnung für das Studienjahr 2023/24 dar:

Semester	ECTS credits	Workload	Zeitraumen	Wochen	Std pro Woche
1	27	810	alle Tracks 01.08.-22.12.23 pre-readings, Vorlesungen, Prüfungen	21	38,6
2	33	990	International, Practice, German Track 02.01.-15.06.2024 pre-readings, Vorlesungen, Prüfungen	25	39,6
	18	540	Accelerated Track (AT) 02.01.-03.05.2024 pre-readings, Vorlesungen, Prüfungen	18	30,0
	15	450	06.05.-31.07.2024 ** Master Thesis	10	45,0
3	30	900	International Track (IT) 01.08.-20.12.2024 abhängig von der Partneruniversität	21	42,9
	30	900	German Track (GT) 01.08.-20.12.2024 pre-readings, Vorlesungen, Prüfungen	21	42,9
	30	900	Practice Track (PT) * 19.06.-20.12.2024 Praktikum, mind. 23 Wochen	23	39,1
4	30	900	International, Practice, German Track 02.01.-31.07.2025 Master Thesis **	24	37,5
Σ IT/GT/PP	120	3600	August 2023 - August 2025***	91	39,7
Σ AT	60	1800	August 2023 - August 2024***	49	38,3

* Beginn in Abhängigkeit von den Angeboten der Praktikumsbetriebe
 ** Der längere Zeitraum ermöglicht eine individuelle Zeitplanung
 *** 6 Wochen Urlaub eingerechnet

Studentische Arbeitsbelastung

Die teilweise höhere durchschnittliche Wochenbelastung spiegelt nach Auffassung der Hochschule die im Durchschnitt höhere Einsatz- und Leistungsbereitschaft der Studierenden wider.

Die Studierenden werden durch die Administration der Hochschule bei der Organisation des Studiums unterstützt und entlastet. Inhaltlich ist die Studierbarkeit des Studienganges auch durch die entsprechenden Aufnahmebedingungen sichergestellt, mit denen Englischkenntnisse und mathematisch-logische Kenntnisse (z.B. GMAT) nachgewiesen werden müssen.

Die Studienplangestaltung auf Kursebene erfolgt in Form einer gleichmäßigen Verteilung der Module innerhalb der Vorlesungszeit und wird gemäß der Workloadverteilung pro Modul sowie im Rahmen der Stundenplanung sichergestellt. Die Planbarkeit wird durch feste Perioden erleichtert und verbessert: Jede Periode dauert 7-8 Wochen, in der ein fachspezifisches Modul sowie ein Skills-Modul gelehrt werden. Die Wahlpflichtmodule liegen in Periode 4, so dass Überschneidungsfreiheit besteht. Am Ende jeder Periode ist das darin gelehrt Modul mit allen Prüfungsleistungen abgeschlossen. Weiterhin erfolgt zur engeren Planungsabstimmung zwischen Dozentinnen und Dozenten, Programm-Management und Resource and Schedule Management bereits bei der Erstellung der Modulbeschreibung eine Abfrage hinsichtlich der Anforderungen der Dozentinnen und Dozenten an die Veranstaltungsplanung. Das ermöglicht eine frühzeitige optimale Gestaltung des Stundenplans, der die jeweiligen didaktischen Anforderungen berücksichtigt und den Workload für die Studierenden gleichmäßig über die einzelnen Wochen im Semester verteilt.

Ein wesentlicher Teil der Prüfungen findet semesterbegleitend über Präsentationen, die Bearbeitung von Case Studies oder auch kleinere bewertete Übungen bzw. Projektarbeiten statt. Die semesterbegleitende Erbringung von Prüfungsleistungen fördert zum einen das kontinuierliche Lernen der Studierenden, zum anderen senkt sie auch die Prüfungsbelastung am Ende des Semesters. Sie nutzt so auch die in der Literatur zu Lern- und Prüfungsdidaktik belegten Vorteile von studienbegleitenden Prüfungen. Durch die Vergabe von Prüfungspunkten in semesterbegleitenden Prüfungsformen wird der Umfang von schriftlichen Examen verringert und der Arbeitsaufwand während der Prüfungswoche gesenkt.

Am Ende eines jeden Moduls erfolgt ihre Evaluierung, in der die Angemessenheit der Arbeitsbelastung sowie der Prüfungsformen abgefragt werden. Die ausgewerteten Evaluationsbögen erhalten die Module Owner, die ggf. mit den Dozierenden Rücksprache halten. In jährlichen Führungsgesprächen mit den Modulverantwortlichen eines Moduls werden Potentiale für die weitere Gestaltung des Moduls ausgelotet.

Die zeitliche Planung der Prüfungen erfolgt zentral über einen Prüfungsplan, der sicherstellt, dass die Prüfungsbelastung so weit wie möglich gleichmäßig über das Semester verteilt wird. Auch die Vorbereitungszeit für die Prüfungen bzw. die Zeiten für die Erstellung von Seminararbeiten oder Cases werden je Modul in den Modulbeschreibungen erfasst und bei der zeitlichen Planung der Vorlesungen und Prüfungen berücksichtigt.

Die Studierenden werden an der Hochschule durch eine intensive Betreuung durch das Programme Management, die Servicebereiche sowie durch die Academia in ihrem Studienalltag unterstützt. Die zentrale Anlaufstelle ist das Programme Management, das die Fragen der Studierenden beantwortet oder an die zuständige Stelle verweist und ggf. unterstützend agiert.

Zur Studierbarkeit der Studiengänge vgl. auch unten die statistischen Zahlen zu den einzelnen Studiengängen unter Kapitel 4.1.

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Die Studierbarkeit in der vorgesehenen Regelstudienzeit ist nach Überzeugung des Gutachtergremiums gewährleistet. Das von der Hochschule entwickelte und angewandte

Planungssystem für Module und Prüfungen sichert für alle Beteiligten einen planbaren und verlässlichen Studienbetrieb mit angemessenem Aufwand und vermeidet systematisch Überschneidungen von Lehrveranstaltungen und Prüfungen. Dies wurde auch in den Gesprächen bei der Begehung mit den Studierenden bestätigt: die Arbeitsbelastung ist hoch, aber leistbar. Die Arbeitsbelastung wird regelmäßig auch im Hinblick auf Verbesserungspotential evaluiert. Prüfungsdichte und -organisation sind adäquat und belastungsangemessen, das didaktische orientierte System der summativen und formativen Prüfungen trägt überdies zur Verstärkung der Studierbarkeit bei. Das Gutachtergremium ist überzeugt, dass die Abweichung von der Regel nur einer Prüfung je Modul in der gewählten Kombination von summativen und formativen Prüfungen hinreichend begründet ist und auch sachlich überzeugt.

Entscheidungsvorschlag

Erfüllt

Fachlich-Inhaltliche Gestaltung der Studiengänge (§ 13 StakV)

Aktualität der fachlichen und wissenschaftlichen Anforderungen

Sachstand

Die Lehrenden der Hochschule (Professoren und Professorinnen und andere wissenschaftliche Dozierenden) der Hochschule sind laut Selbstbericht, S.33, aktive Mitglieder in der nationalen und internationalen akademischen Gemeinschaft und beteiligen sich am wissenschaftlichen Diskurs. Durch ihre eigene Forschungs- und Publikationstätigkeit sowie den Besuch nationaler und internationaler Konferenzen fließen neue inhaltliche und methodische Erkenntnisse in die Programme der Hochschule ein. Diese Tätigkeit wird jährlich im Zuge von Jahresgesprächen überprüft und ist in den Anhängen der Lebensläufe der Lehrenden dokumentiert. Neben der Forschungstätigkeit besuchen die Lehrenden auch nationale und internationale Konferenzen zur Hochschuldidaktik wie beispielsweise die Teaching and Learning Conference der Academy of Management. Darüber hinaus nehmen sie interne Weiterbildungsmöglichkeiten wie das Harvard Case Training wahr. Seit 2016 können sie zudem auf Weiterbildungsangebote der SRH Higher Education zugreifen.

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Die Selbstdarstellung der Hochschule sowie die Gespräche vor Ort haben das Gutachtergremium davon überzeugt, dass die Hochschule über ein geeignetes Instrumentarium verfügt, erfolgreich bei allen sechs Studiengängen die Aktualität und Adäquanz der fachlichen-wissenschaftlichen Anforderungen und deren kontinuierliche Überprüfung zu gewährleisten. Dies ist auch gewollte Folge der forschungsorientierten Ausrichtung aller sechs Studiengänge.

Die engen Verbindungen gleichzeitig zur Praxis als auch zur Forschung insbesondere durch die geförderte aktive Teilnahme an Fachtagungen und wissenschaftlichen Kongressen sei es als Referent/in oder aktiver Zuhörer/in der in den Studiengängen Lehrenden stellen nach Auffassung des Gutachtergremiums sicher, dass die Lehre sich ständig an den aktuellen inhaltlichen und methodischen Entwicklungen orientiert. Die vermehrte Übernahme digitaler und vergleichbarer neuer Fragestellungen in alle sechs Studiengänge belegt dies nach Auffassung des Gutachterteams eindeutig.

Entscheidungsvorschlag

Erfüllt

Studienerfolg (§ 14 StakV)

Sachstand

Das System zur Qualitätssicherung und -entwicklung für alle angebotenen akademischen Programme der Hochschule besteht aus dem jährlich durchgeführten Qualitätssicherungsprozess (Continuous Improvement) und dem im fünfjährigen Abstand durchgeführten Major Program Review, in dem für jeden Studiengang eine grundlegenden und systematischen Überprüfung hinsichtlich seiner Qualifikationsziele, curricularen Ausgestaltung, Durchführung, erreichten Lernergebnisse und Employability durchgeführt wird.

Der Continuous Improvement Prozess ist eine kontinuierliche Qualitätsmessung, die zur Sicherung des Studienerfolgs in vielfältiger Weise das Feedback der Studierenden und Absolventinnen und Absolventen ermittelt, vgl. dazu die folgende Übersicht:

Möglichkeiten für Studierende zur Evaluation und Beteiligung an der Qualitätsentwicklung der MSc-Programme



Instrument	Teilnehmer	Verantwortlicher	Häufigkeit	Hauptziele
Lehr-evaluationen	Jeder Kursteilnehmer	Quality Management	Nach Abschluss jedes Kurses	Kontinuierliche Verbesserung der Qualität des Unterrichts
Satisfaction Monitor	Jeder eingeschriebene Student	Quality Management	1 x jährlich	Detailliertes und repräsentatives Feedback aller Studenten zu allen Themen rund um ihr Studium
Employment Survey	Jeder Absolvent	Quality Management	3-6 Monate nach Abschluss	Detailliertes und repräsentatives Feedback aller Absolventen zum Berufseinstieg
Study abroad report	Jeder Student im Auslandssemester	International Programmes	Nach Abschluss des Auslandssemesters	Verbesserung der Qualität des Auslandsaufenthalts, kontinuierliche Verbesserung des Partnernetzwerks
Jour Fixe StuReps / Programme	Ehemalige und derzeitige Studentensprecher, Programme Director, Academic Director (bei Bedarf zusätzlich Vice Dean oder Fakultäts-Direktor)	Programme Director	Monatlich + bei Bedarf	Kontinuierliches Feedback und Austausch; akute Probleme der Studenten aufgreifen, diskutieren und beseitigen. Bei ungewöhnlichen Herausforderungen unterstützen
Meeting with Management Board	Studenten und Management Board	Management Board	1 x jährlich	Dialog mit Studierenden über Themen die sie bewegt
Einbindung in Programme Reviews und Task Forces	Ausgewählte Studenten werden in die jeweiligen Gremien eingebunden	Fakultätsverwaltung	Anlassbezogen	Einholung von Studentenmeinungen je nach Thema

Die Ergebnisse der Lehrevaluationen stehen direkt nach der Durchführung der Evaluation dem Lehrenden sowie der Programmdirektorin zur Verfügung, um bei auffälligen Ergebnissen umgehend Maßnahmen ergreifen zu können. Außerdem erhalten der Dekan, der Vice Dean Education sowie der Academic Director am Ende des Semesters einen Überblick über die Ergebnisse der Lehrevaluationen aller Kurse und Dozierenden im Program Evaluation Report.

Im Rahmen des Umsetzungscontrollings wird schließlich die Wirksamkeit der aus den Evaluationen abgeleiteten und umgesetzten Maßnahmen durch einen Längsschnittvergleich der Evaluationen überprüft. Im Falle der Dozenten-Bewertungen finden im Verlauf der Coaching-Maßnahmen Folgegespräche mit den betroffenen Personen statt, in denen dann auch die Entwicklung der Lehrevaluationen thematisiert und gegebenenfalls ein weiteres Mentoring angesetzt wird.

In der ebenfalls jährlich durchgeführten Zufriedenheitsanalyse als zweitem Evaluierungsinstrument werden die Studierenden allgemein zur Qualität der Programmstruktur und des Programminhalts sowie der Lehrqualität befragt. Die Ergebnisse stehen den jeweils betroffenen Abteilungen zur Verfügung, die Studierenden werden in einem Meet the EBS Board den Studierenden informiert. Die daraus abgeleiteten Maßnahmenkataloge werden nach der nächsten Befragung mit den Ergebnissen des Vorjahres verglichen, um festzustellen, ob und wie sich die ergriffenen Maßnahmen auf die Studierendenzufriedenheit ausgewirkt haben.

Letztendlich entscheidend zur Beurteilung des Studienerfolgs ist aus Sicht der Hochschule die berufliche und persönliche Entwicklung der Studierenden im Anschluss an das Studium. Sie wird als drittes Evaluationselement im Employment Survey mit einer Absolvierenden Befragung drei bis sechs Monate nach Beendigung des Studiums ermittelt. Schwerpunkt hierbei ist die Employability der Absolventinnen und Absolventen, d. h. insbesondere die Erfahrungen zum Berufseinstiegs und die Unterstützung der Hochschule bei diesem Prozess. Außerdem erfasst der Employment Survey die Daten zum Verbleib der Absolventinnen und Absolventen (Branche, Position, Gehälter usw.). Hieraus leitet insbesondere das Career Services Center relevante Handlungsfelder für die Karriereberatung der aktuellen Studierenden ab. Die Resultate fließen in den Employment Report ein, in dem sortiert nach Programmgruppen die wichtigsten Daten zum Absolventenverbleib dargestellt werden.

Studienerfolg und Vermittelbarkeit auf dem Arbeitsmarkt werden darüber hinaus von den Abteilungen Coaching und Career Service Center in der Form gefördert, dass die Studierenden während des Studiums aktiv begleitet werden. Den Studierenden werden Workshops (bereits ab der Einführungswoche) und Einzelberatungen sowie Karrierecoaching rund um das Thema Karriereplanung und Bewerbung angeboten.

Punktuelle Evaluationen durch Studierende erfolgen unmittelbar nach Beendigung des Auslandssemesters. Die Study Abroad Reports liegen für alle Studierenden einsehbar auf myebs.de und fließen gleichzeitig in die Weiterentwicklung des Partnerhochschulnetzwerks ein.

Die Möglichkeit zum direkten mündlichen Feedback nutzen die Studierenden über ihre Sprecher, die regelmäßige Jour Fixe mit dem Programme Director sowie dem Academic Director durchführen. Die Ergebnisse sowie die To do's des jeweiligen Jour Fixe werden in Protokollen festgehalten und zu Beginn eines nächsten Jour Fixe besprochen. Hierzu gehört der regelmäßige Jour Fixe der Studierendensprecher mit dem Programme Director sowie dem Academic Director. Zum informellen Austausch sind explizite Anlässe entwickelt worden: Studierende aller Programme können das einmal im Semester stattfindende Academic Lunch mit dem Dekan und dem jeweiligen Programme Director nutzen, um aktuelle Themen und Herausforderungen zu besprechen und Ideen zur Weiterentwicklung der Programme einzubringen. Einmal pro Semester werden alle

Studierenden im Rahmen des Meet the President & Dean direkt vom Präsidenten der Universität sowie dem Dekan der Business School über die wichtigsten strategischen Entwicklungen der Hochschule informiert.

Weitere Hinweise zum Studienerfolg liefert die Notenstatistik, die für jedes Programm im Continuous Improvement Report aufgeführt wird. Umgerechnet in deutsche Noten liegen die Durchschnittsquotienten bei den Modulen der M.Sc.-Programme zwischen 1,4 und 2,7, die Durchfallquoten übersteigen nur in einem Modul 10%. Die Hochschule sieht in den guten Ergebnisse die hohe Motivation und Leistungsbereitschaft der Master-Studierenden widerspiegelt. Master-Studierende haben sich i. d. R. bewusst aus Interesse und mit einem klaren Karriereziel für das Studium entschieden und anspruchsvolle Zulassungsverfahren durchlaufen. Zusammen mit Kenntnissen in Zeitmanagement und Lerntechniken gelingt es ihnen, die Anforderungen des Master-Studiums gut zu bewältigen. Eine Rolle spielt auch der höhere Anteil studienbegleitender Prüfungen im Master-Studium. Die Reduzierung der Prüfungsbelastung durch die Aufteilung der schriftlichen Prüfungen auf getrennte Prüfungswochen direkt im Anschluss an die jeweiligen Module ermöglicht den Studierenden eine bessere Vorbereitung auf schriftliche Klausuren.

Die Ergebnisse aller oben beschriebenen Maßnahmen zeigen sich auch in den Statistiken zu den Abbrecherquoten, Erfolgsquoten, Abschlussnoten und zur durchschnittlichen Studiendauer in den hierzu erstellten Übersichten im Anhang. Überdies werden die Studierenden und Absolvierenden über die zu den einzelnen Evaluationen erstellten Reports im Intranet der Hochschule informiert (sind an der Auswertung der Evaluationsergebnisse institutionell beteiligt).

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Die Studiengänge werden regelmäßig evaluiert. Das nach Einschätzung des Gutachtergremiums hoch entwickelte Evaluationsinstrumentarium berücksichtigt dabei sowohl die akademische als auch die organisatorische Seite und bezieht die Studierenden umfänglich und ständig ein. Darüber hinaus wird der Arbeitsmarkt in den Überlegungen berücksichtigt. Das Gutachtergremium bewertet das Instrumentarium als hervorragend aufgestellt, um ein kontinuierliches Monitoring der Studiengänge zu gewährleisten. Das Gleiche gilt für die aus den Evaluationsergebnissen abgeleiteten Maßnahmen zur Sicherung des Studienerfolgs und der Weiterentwicklung der Studiengänge: Sie werden fortlaufend überprüft und die Ergebnisse für die systematische Weiterentwicklung des Studiengangs genutzt.

Die Hochschule hat nach Einschätzung des Gutachtergremiums überdies überzeugende Veranstaltungsformate für die Kommunikation zwischen Lehrpersonal und Studierenden einschließlich der Evaluationsergebnisse entwickelt, in denen die Studierende die Möglichkeit, ihre Fragen zu stellen und für sie wichtige Themen zu diskutieren. Außerdem sind die Studierendensprecherinnen und -sprecher in den Gremien der Hochschule am Erörterungs- und Entscheidungsprozess beteiligt.

Entscheidungsvorschlag

Erfüllt

Geschlechtergerechtigkeit und Nachteilsausgleich (§ 15 StakV)

Sachstand

Die Hochschule arbeitet nach eigener Aussage kontinuierlich daran, den Anteil der weiblichen Studierenden zu erhöhen. Von der „Women Inspiring Business Initiative“ sind unterschiedliche

Aktivitäten zur Förderung von weiblichen Studierenden initiiert worden, wie z. B. der „Female Founders“ Workshop. Der Frauenanteil von 41 % in den Master-Vollzeitprogrammen liegt leicht über dem Bundesdurchschnitt von ca. 40 % im WS 2021/22⁶.

Im übrigen sieht die Hochschule den unter 50 % liegende Frauenanteil nicht als Folge einer Benachteiligung von Frauen bei der Auswahl begründet, sondern schätzt sie auf Grund der Bewerberinnenstatistiken eher als eine Selbstselektion ein.

Umgesetzt sind der Gleichheitsgrundsatz und die Sicherung der Persönlichkeitsrechte in der Richtlinie des Senats gegen sexualisierte Diskriminierung und sexuelle Gewalt. Sie legt u. a. den Verfahrensablauf fest, der bei Verstößen gegen die in der Richtlinie formulierten Grundsätze einzuhalten ist. Überdies ist in der Grundordnung der Hochschule die Bestellung von Diversitätsbeauftragten festgelegt.

Für Studierende mit vorübergehenden oder dauernden Behinderungen sind in § 10 der Allgemeinen Bestimmungen für Prüfungsordnungen Regelungen zum Nachteilsausgleich zur Erleichterung der Leistungserbringung festgeschrieben. Die Koordination entsprechender Maßnahmen obliegt dem Prüfungsamt in Abstimmung mit Prüfungsausschuss und dem Programme Management.

Das Wertefundament der Hochschule und die Wahrnehmung der eigenen Verantwortung innerhalb der Gesellschaft haben nach eigener Einschätzung in den letzten Jahren zu einer Förderung gesellschaftlich benachteiligter Gruppen durch die Hochschule beigetragen. Dazu steht jährlich ein Budget für Stipendien bereit, die auf die finanzielle Bedürftigkeit und individuelle Situation der Studieninteressierten abgestellt sind. Zusätzlich dazu hat auch der Alumni-Verein der Hochschule Fördermöglichkeiten entwickelt, um ausgewählte Studierende finanziell unterstützen zu können.

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Das Gutachtergremium ist überzeugt, dass die Hochschule der Geschlechtergerechtigkeit und der Chancengleichheit von Studierenden in besonderen Lebenslagen einen hohen Stellenwert einräumt. Dies zeigt sich insbesondere in der erfolgreichen Vergabe entsprechender Stipendien zur Förderung von weiblichen Bewerbungen oder entsprechenden Forschungsprojekten. Diese Förderung ist nach Einschätzung des Gutachtergremiums erfolgreich, wie es in dem deutlichen Anstieg der Frauenquote seit 2012 zum Ausdruck kommt.

Die Einhaltung des Nachteilsausgleiches sieht das Gutachtergremium durch die Regelung in der Prüfungsordnung und die in der Begehung vor Ort erörterten administrativen Vorgaben als gewährleistet an. Für die bisher nicht vorhandene Regelung des Nachteilsausgleich für Studieninteressierte hat die Hochschule im Laufe des Verfahrens eine rechtlich zufriedenstellende Lösung entwickelt.

Entscheidungsvorschlag

Erfüllt

⁶ Quelle: Statistische Bundesamt

3 Begutachtungsverfahren

3.1 Allgemeine Hinweise

Die Hochschule hat aufgrund der strukturellen Gemeinsamkeiten der Studiengänge einen Antrag auf Genehmigung der Bündelzusammensetzung durch den Akkreditierungsrat (gemäß § 30 Abs. 2 StudakVO) gestellt. Diesem Antrag wurde am 3. November 2022 entsprochen. Durch die von der Hochschule beschlossene Einstellung des Studiengangs Master in Automotive (M.Sc.) ist dieser Studiengang im vorliegenden Akkreditierungsbericht nicht mehr behandelt worden.

Die Hochschule hat im Rahmen des Verfahrens aktualisierte Fassungen der Studien- und Prüfungsordnungen aller sechs Studiengänge nachgereicht. Hierdurch konnten Auflagenempfehlungen entfallen.

3.2 Rechtliche Grundlagen

Akkreditierungsstaatsvertrag

Studienakkreditierungsverordnung des Landes Hessen (StakV) und Begründung vom 22.07.2019

3.3 Gutachtergremium

- a) Hochschullehrer
 - Prof. Dr. Jörg Erpenbach, FOM Hochschule für Ökonomie und Management, Professor für Marketing und Immobilienwirtschaft
 - Prof. Dr. Andreas Grüner, Universität St. Gallen, Professor für Finanz- und Rechnungswesen
 - Prof. Dr. Georg Hauer, Hochschule für Technik Stuttgart, Professor für Betriebswirtschaftslehre, Unternehmensführung und Controlling
 - Prof. Dr. Rembert Horstmann, CBS International Business School, Professor für Marketing und Vertrieb
 - apl. Prof. Dr. Manfred Nutz, Universität Bonn, apl. Professor für Geographie
- b) Vertreterin der Berufspraxis
 - Julia Ekhardt, Global Transformation Expert, Mercedes Benz Mobility, Stuttgart
- c) Studierender
 - Malte-Claudius Bernhardt, accadis University of Applied Sciences, Bad Homburg, Student im Studiengang International Management (M.A.)

4 Datenblatt

4.1 Daten zu den Studiengängen zum Zeitpunkt der Begutachtung

Studiengang 01: Master in Finance(M.Sc.)

Studiendauer im Verhältnis zur Regelstudienzeit (RSZ): Master in Finance					
Abschlusssemester	Studiendauer schneller als RSZ	Studiendauer in RSZ	Studiendauer in RSZ +1	Studiendauer in RSZ + 2	Gesamt (=100%)
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
ST 23	0	0	0	0	0
FT 22	0	0	0	0	0
ST 22	0	0	0	0	0
FT 21	0	1	1	0	2
ST 21	0	9	2	0	11
FT 20	0	12	7	0	21
ST 20	0	6	9	0	18
FT 19	0	2	9	1	22
ST 19	2	2	10	1	15
FT 18	1	3	13	1	23
ST 18	1	6	7	4	27
FT 17	0	8	8	7	29
ST 17	0	1	3	4	10
FT 16	0	10	8	7	33
ST 16	0	2	5	1	10
FT 15	0	2	21	4	36
ST 15	0	0	3	2	6
FT 14	0	2	11	1	18
ST 14	0	1	0	0	1
FT 13	0	4	9	3	19
ST 13	0	0	0	0	0
FT 12	0	15	7	4	28
ST 12	0	0	0	0	1
FT 11	1	7	10	8	33

Notenverteilung Master in Finance					
Abschlusssemester	Sehr gut <= 1,5	Gut 1,5 <= 2,5	Befriedigend > 2,5 <= 3,5	Ausreichend > 3,5 <= 4	Mangelhaft/Ungenügend > 4
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
ST 23	0	0	0	0	0
FT 22	0	0	0	0	0
ST 22	0	0	0	0	0
FT 21	0	1	0	1	0
ST 21	1	9	1	0	0
FT 20	8	11	2	0	0
ST 20	3	14	1	0	0
FT 19	5	17	0	0	0
ST 19	0	14	1	0	0
FT 18	4	19	0	0	0
ST 18	5	21	1	0	0
FT 17	6	22	1	0	0
ST 17	3	7	0	0	0
FT 16	11	22	0	0	0
ST 16	5	5	0	0	0
FT 15	12	24	0	0	0
ST 15	0	6	0	0	0
FT 14	9	7	2	0	0
ST 14	0	1	0	0	0
FT 13	5	14	0	0	0
ST 13	0	0	0	0	0
FT 12	12	16	0	0	0
ST 12	0	1	0	0	0
FT 11	4	24	5	0	0

Abschlussquote - Master in Finance														
Kohorte	StudienanfängerInnen mit Studienbeginn in Semester X			AbsolventInnen in RSZ oder schneller mit Studienbeginn in Semester X			AbsolventInnen in RSZ + 1 Semester mit Studienbeginn in Semester X			AbsolventInnen in RSZ + 2 Semester mit Studienbeginn in Semester X			Absolventen > RSZ + 2	Ohne Abschluß
	Insgesamt	Davon Frauen absolut	Davon Frauen %	Insgesamt	Davon Frauen absolut	Davon Frauen %	Insgesamt	Davon Frauen absolut	Davon Frauen %	Insgesamt	Davon Frauen absolut	Davon Frauen %		
ST 23	12	3	25	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
FT 22	24	9	37,5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
ST 22	19	10	52,63	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2
FT 21	35	12	34,29	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	4
ST 21	21	9	42,86	9	4	44,44	2	1	50	0	0	0	0	2
FT 20	41	20	48,78	12	4	33,33	7	1	14,29	2	1	50	0	3
ST 20	25	13	52	6	2	33,33	9	6	66,67	3	1	33,33	0	2
FT 19	26	11	42,31	2	1	50	9	3	33,33	10	7	70	1	2
ST 19	18	8	44,44	2	2	100	10	4	40	0	0	0	1	3
FT 18	26	12	46,15	3	0	0	13	6	46,15	5	5	100	1	2
ST 18	30	14	46,67	6	1	16,67	7	4	57,14	9	5	55,56	4	1
FT 17	31	14	45,16	8	5	62,5	8	3	37,5	6	4	66,67	7	1
ST 17	13	7	53,85	1	1	100	3	1	33,33	2	1	50	4	3
FT 16	34	13	38,24	10	4	40	8	3	37,5	8	2	25	7	0
ST 16	11	3	27,27	2	0	0	5	2	40	2	1	50	1	1
FT 15	38	9	23,68	2	0	0	21	4	19,05	9	3	33,33	4	2
ST 15	6	1	16,67	0	0	0	3	0	0	1	1	100	2	0
FT 14	22	4	18,18	2	1	50	11	2	18,18	4	0	0	1	4
ST 14	1	1	100	1	1	100	0	0	0	0	0	0	0	0
FT 13	19	1	5,26	4	0	0	9	0	0	3	0	0	3	0
ST 13	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
FT 12	31	8	25,81	15	4	26,67	7	2	28,57	2	0	0	4	3
ST 12	2	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1
FT 11	35	6	17,14	7	0	0	10	3	30	7	0	0	8	2

Studiengang 02: Master in Real Estate (M.Sc.)

Studiendauer im Verhältnis zur Regelstudienzeit (RSZ): Master in Real Estate					
Abschlusssemester	Studiendauer schneller als RSZ	Studiendauer in RSZ	Studiendauer in RSZ +1	Studiendauer in RSZ + 2	Gesamt (=100%)
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
ST 23	0	0	0	0	0
FT 22	0	0	0	0	0
ST 22	0	0	0	0	0
FT 21	1	1	0	0	2
ST 21	0	0	0	0	0
FT 20	0	16	6	0	23
ST 20	0	0	0	0	0
FT 19	1	5	7	1	15
ST 19	0	0	0	0	0
FT 18	0	10	4	1	16
ST 18	0	0	0	0	0
FT 17	0	2	2	3	11
ST 17	0	0	2	0	4
FT 16	0	3	5	5	15
ST 16	0	0	3	1	5
FT 15	1	3	7	5	21
ST 15	0	0	1	0	1
FT 14	0	9	7	3	23
ST 14	0	1	0	0	1
FT 13	0	5	5	4	16
ST 13	0	0	1	0	1
FT 12	0	1	3	0	7
ST 12	0	0	0	0	0
FT 11	0	0	1	2	5

Notenverteilung Master in Real Estate Management					
Abschlusssemester	Sehr gut <= 1,5	Gut 1,5 <= 2,5	Befriedigend > 2,5 <= 3,5	Ausreichend > 3,5 <= 4	Mangelhaft/Ungenügend > 4
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
ST 23	0	0	0	0	0
FT 22	0	0	0	0	0
ST 22	0	0	0	0	0
FT 21	2	0	0	0	0
ST 21	0	0	0	0	0
FT 20	1	21	1	0	0
ST 20	0	0	0	0	0
FT 19	3	12	0	0	0
ST 19	0	0	0	0	0
FT 18	2	13	1	0	0
ST 18	0	0	0	0	0
FT 17	0	11	0	0	0
ST 17	1	3	0	0	0
FT 16	0	15	0	0	0
ST 16	0	5	0	0	0
FT 15	3	18	0	0	0
ST 15	0	1	0	0	0
FT 14	7	15	1	0	0
ST 14	0	1	0	0	0
FT 13	4	11	1	0	0
ST 13	0	1	0	0	0
FT 12	3	4	0	0	0
ST 12	0	0	0	0	0
FT 11	1	4	0	0	0

Abschlussquote - Master in Real Estate														
Kohorten	StudienanfängerInnen mit Studienbeginn in Semester X			AbsolventInnen in RSZ oder schneller mit Studienbeginn in Semester X			AbsolventInnen in RSZ + 1 Semester mit Studienbeginn in Semester X			AbsolventInnen in RSZ + 2 Semester mit Studienbeginn in Semester X			Absolventen > RSZ + 2	Ohne Abschluß
	Insgesamt	Davon Frauen absolut	Davon Frauen %	Insgesamt	Davon Frauen absolut	Davon Frauen %	Insgesamt	Davon Frauen absolut	Davon Frauen %	Insgesamt	Davon Frauen absolut	Davon Frauen %		
ST 23	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
FT 22	19	8	42,11	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ST 22	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
FT 21	21	7	33,33	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
ST 21	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
FT 20	30	7	23,33	16	5	31,25	6	2	33,33	1	0	0	0	3
ST 20	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
FT 19	17	1	5,88	5	0	0	7	1	14,29	1	0	0	1	0
ST 19	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
FT 18	18	5	27,78	10	2	20	4	2	50	1	1	100	1	1
ST 18	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
FT 17	12	2	16,67	2	0	0	2	1	50	4	1	25	3	0
ST 17	5	1	20	0	0	0	2	1	50	2	0	0	0	0
FT 16	15	2	13,33	3	0	0	5	1	20	2	1	50	5	0
ST 16	5	3	60	0	0	0	3	1	33,33	1	1	100	1	0
FT 15	21	6	28,57	3	0	0	7	3	42,86	5	2	40	5	0
ST 15	1	1	100	0	0	0	1	1	100	0	0	0	0	0
FT 14	25	4	16	9	1	11,11	7	2	28,57	4	0	0	3	2
ST 14	2	2	100	1	1	100	0	0	0	0	0	0	0	1
FT 13	17	3	17,65	5	1	20	5	1	20	2	0	0	4	1
ST 13	1	1	100	0	0	0	1	1	100	0	0	0	0	0
FT 12	9	2	22,22	1	0	0	3	0	0	3	1	33,33	0	2
ST 12	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
FT 11	6	1	16,67	0	0	0	1	0	0	2	1	50	2	1

Studiengang 03: Master in Management (M.Sc.)

**Studiendauer im Verhältnis zur Regelstudienzeit (RSZ):
Master in Management**

Abschlusssemester	Studiendauer schneller als RSZ	Studiendauer in RSZ	Studiendauer in RSZ +1	Studiendauer in RSZ + 2	Gesamt (=100%)
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
ST 23	0	0	0	0	0
FT 22	0	0	0	0	0
ST 22	0	0	0	0	0
FT 21	0	10	0	0	10
ST 21	1	8	1	0	10
FT 20	0	19	8	0	29
ST 20	1	9	19	0	30
FT 19	0	14	14	1	37
ST 19	4	9	14	0	32
FT 18	3	9	22	2	48
ST 18	5	19	19	6	55
FT 17	1	25	23	8	75
ST 17	1	8	19	4	34
FT 16	3	32	43	6	101
ST 16	4	10	11	6	36
FT 15	1	19	30	9	71
ST 15	1	3	6	3	14
FT 14	0	20	29	7	62
ST 14	0	0	2	1	3
FT 13	2	19	29	4	59
ST 13	0	1	3	1	7
FT 12	0	14	25	8	55
ST 12	0	1	0	1	2
FT 11	0	6	24	5	46

Notenverteilung Master in Management					
Abschlusssemester	Sehr gut ≤ 1,5	Gut 1,5 ≤ 2,5	Befriedigend > 2,5 ≤ 3,5	Ausreichend > 3,5 ≤ 4	Mangelhaft/Ungenügend > 4
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
ST 23	0	0	0	0	0
FT 22	0	0	0	0	0
ST 22	0	0	0	0	0
FT 21	5	4	1	0	0
ST 21	4	5	1	0	0
FT 20	6	22	1	0	0
ST 20	5	25	0	0	0
FT 19	8	28	1	0	0
ST 19	3	23	6	0	0
FT 18	11	37	0	0	0
ST 18	4	49	2	0	0
FT 17	15	57	3	0	0
ST 17	6	28	0	0	0
FT 16	33	66	2	0	0
ST 16	9	25	2	0	0
FT 15	27	44	0	0	0
ST 15	5	9	0	0	0
FT 14	29	33	0	0	0
ST 14	0	3	0	0	0
FT 13	20	38	1	0	0
ST 13	0	5	2	0	0
FT 12	20	33	2	0	0
ST 12	1	1	0	0	0
FT 11	16	30	0	0	0

Abschlussquote - Master in Management														
Kohorte	StudienanfängerInnen mit Studienbeginn in Semester X			AbsolventInnen in RSZ oder schneller mit Studienbeginn in Semester X			AbsolventInnen in RSZ + 1 Semester mit Studienbeginn in Semester X			AbsolventInnen in RSZ + 2 Semester mit Studienbeginn in Semester X			Absolvente n > RSZ + 2	Ohne Abschluss
	Insgesamt	Davon Frauen absolut	Davon Frauen %	Insgesamt	Davon Frauen absolut	Davon Frauen %	Insgesamt	Davon Frauen absolut	Davon Frauen %	Insgesamt	Davon Frauen absolut	Davon Frauen %		
ST 23	19	12	63,16	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
FT 22	30	12	40	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2
ST 22	25	10	40	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
FT 21	56	27	48,21	10	3	30	0	0	0	0	0	0	0	2
ST 21	33	15	45,45	8	3	37,5	1	1	100	0	0	0	0	2
FT 20	48	22	45,83	19	8	42,11	8	3	37,5	2	1	50	0	5
ST 20	38	24	63,16	9	7	77,78	19	13	68,42	1	1	100	0	3
FT 19	44	19	43,18	14	6	42,86	14	10	71,43	8	3	37,5	1	2
ST 19	36	13	36,11	9	3	33,33	14	5	35,71	5	2	40	0	3
FT 18	53	32	60,38	9	4	44,44	22	16	72,73	12	6	50	2	3
ST 18	61	31	50,82	19	7	36,84	19	9	47,37	6	5	83,33	6	2
FT 17	83	37	44,58	25	12	48	23	14	60,87	18	8	44,44	8	5
ST 17	36	20	55,56	8	4	50	19	11	57,89	2	2	100	4	2
FT 16	103	44	42,72	32	19	59,38	43	18	41,86	17	5	29,41	6	2
ST 16	42	17	40,48	10	5	50	11	5	45,45	5	2	40	6	4
FT 15	80	33	41,25	19	4	21,05	30	16	53,33	12	3	25	9	9
ST 15	14	7	50	3	2	66,67	6	2	33,33	1	1	100	3	0
FT 14	65	24	36,92	20	10	50	29	8	27,59	6	2	33,33	7	3
ST 14	3	1	33,33	0	0	0	2	1	50	0	0	0	1	0
FT 13	63	22	34,92	19	7	36,84	29	13	44,83	5	0	0	4	4
ST 13	8	5	62,5	1	1	100	3	2	66,67	2	1	50	1	1
FT 12	60	24	40	14	6	42,86	25	8	32	8	3	37,5	8	5
ST 12	2	2	100	1	1	100	0	0	0	0	0	0	1	0
FT 11	50	17	34	6	3	50	24	9	37,5	11	2	18,18	5	4

4.2 Daten zur Akkreditierung

Studiengang 01: Master in Finance (M.Sc.) und Studiengang 02: Master in Real Estate (M.Sc.)

Erstakkreditiert am: 17.09.2008 Begutachtung durch Agentur: FIBAA	Von Datum bis Datum 17.09.2008 – 30.09.2013
Re-akkreditiert (1): 19.07.2012 Begutachtung durch Agentur: FIBAA	Von Datum bis Datum 01.08.2013 – 31.03.2020
Re-akkreditiert (2): 08.12.2020 Begutachtung durch Agentur: FIBAA	Von Datum bis Datum 01.04.2020 – 31.03.2028

Studiengang 03: Master in Management (M.Sc.)

Erstakkreditiert am: 20.07.2007 Begutachtung durch Agentur: FIBAA	Von Datum bis Datum 20.07.2007 – 31.03.2013
Re-akkreditiert (1): 19.07.2012 Begutachtung durch Agentur: FIBAA	Von Datum bis Datum 01.08.2013 – 31.03.2020
Re-akkreditiert (2): 08.12.2020 Begutachtung durch Agentur: FIBAA	Von Datum bis Datum 01.04.2020 – 31.03.2028

Glossar

Akkreditierungsbericht	Der Akkreditierungsbericht besteht aus dem von der Agentur erstellten Prüfbericht (zur Erfüllung der formalen Kriterien) und dem von dem Gutachtergremium erstellten Gutachten (zur Erfüllung der fachlich-inhaltlichen Kriterien).
Akkreditierungsverfahren	Das gesamte Verfahren von der Antragstellung der Hochschule bei der Agentur bis zur Entscheidung durch den Akkreditierungsrat (Begutachtungsverfahren + Antragsverfahren)
Antragsverfahren	Verfahren von der Antragstellung der Hochschule beim Akkreditierungsrat bis zur Beschlussfassung durch den Akkreditierungsrat
Begutachtungsverfahren	Verfahren von der Antragstellung der Hochschule bei einer Agentur bis zur Erstellung des fertigen Akkreditierungsberichts
Gutachten	Das Gutachten wird von der Gutachtergruppe erstellt und bewertet die Erfüllung der fachlich-inhaltlichen Kriterien
Internes Akkreditierungsverfahren	Hochschulinternes Verfahren, in dem die Erfüllung der formalen und fachlich-inhaltlichen Kriterien auf Studiengangsebene durch eine systemakkreditierte Hochschule überprüft wird.
Prüfbericht	Der Prüfbericht wird von der Agentur erstellt und bewertet die Erfüllung der formalen Kriterien
Reakkreditierung	Erneute Akkreditierung, die auf eine vorangegangene Erst- oder Reakkreditierung folgt.
StAkkrStV	Studienakkreditierungsstaatsvertrag