

Akkreditierungsbericht

Programmakkreditierung – Bündelverfahren

Raster Fassung 02 – 04.03.2020



[► Inhaltsverzeichnis](#)

Hochschule	Hochschule Neu-Ulm (HNU)	
Standort	Neu-Ulm	
Studiengang 01	<i>Wirtschaftspsychologie</i>	
Abschlussbezeichnung	Bachelor of Science (B.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 MRVO <input type="checkbox"/>
	Berufs- bzw. ausbildungsbegleitend <input type="checkbox"/>	Kooperation § 20 MRVO <input type="checkbox"/>
Studiendauer (in Semestern)	7	
Anzahl der vergebenen ECTS-Punkte	210 ECTS-Leistungspunkte	
Aufnahme des Studienbetriebs am (Datum)	01.03.2020	
Aufnahmekapazität (Maximale Anzahl der Studienplätze)	50 ¹	Pro Semester <input checked="" type="checkbox"/> Pro Jahr <input type="checkbox"/>
Durchschnittliche Anzahl* der Studienanfängerinnen und Studienanfänger	98 ²	Pro Semester <input type="checkbox"/> Pro Jahr <input checked="" type="checkbox"/>
Durchschnittliche Anzahl* der Absolventinnen und Absolventen	Noch keine Absolvierenden vorhanden.	Pro Semester <input type="checkbox"/> Pro Jahr <input type="checkbox"/>
* Bezugszeitraum:	Sommersemester 2020 bis Sommersemester 2022 (bisher Studienbeginn nur zum Sommersemester möglich, ab Wintersemester 2022/23 ist der Studienbeginn zu jedem Semester geplant)	
Konzeptakkreditierung	<input type="checkbox"/>	
Erstakkreditierung	<input checked="" type="checkbox"/>	
Reakkreditierung Nr. (Anzahl)		

¹ Ab Wintersemester 2022/23

² Sommersemester 2020: keine Zulassungsbeschränkung und 171 Studienanfängerinnen und -anfänger
Sommersemester 2021: 50 Plätze und 70 Studienanfängerinnen und -anfänger
Sommersemester 2022: 50 Plätze und 52 Studienanfängerinnen und -anfänger

Verantwortliche Agentur	Foundation for International Business Administration Accreditation (FIBAA)
Zuständige/r Referent/in	Anja Gleißner
Prüfbericht vom	14.09.2022

Studiengang 02	<i>Advanced Sales Management and Intelligence (SMI)</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 MRVO	<input type="checkbox"/>	
	Berufs- bzw. ausbildungsbegleitend	<input type="checkbox"/>	Kooperation § 20 MRVO	<input type="checkbox"/>	
Studiendauer (in Semestern)	3				
Anzahl der vergebenen ECTS-Punkte	90 ECTS-Leistungspunkte				
Aufnahme des Studienbetriebs am (Datum)	01.03.2022				
Aufnahmekapazität (Maximale Anzahl der Studienplätze)	20-25	Pro Semester	<input type="checkbox"/>	Pro Jahr	<input checked="" type="checkbox"/>
Durchschnittliche Anzahl* der Studienanfängerinnen und Studienanfänger	12	Pro Semester	<input type="checkbox"/>	Pro Jahr	<input checked="" type="checkbox"/>
Durchschnittliche Anzahl* der Absolventinnen und Absolventen	Noch keine Absolvierenden vorhanden	Pro Semester	<input type="checkbox"/>	Pro Jahr	<input type="checkbox"/>
* Bezugszeitraum:	Sommersemester 2022				

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

Inhalt

<i>Ergebnisse auf einen Blick</i>	5
Studiengang 01 Wirtschaftspsychologie (B.Sc.)	5
Studiengang 02 Advanced Sales Management and Intelligence (M.Sc.)	6
<i>Kurzprofil der Studiengänge</i>	7
Studiengang 01 Wirtschaftspsychologie (B.Sc.)	7
Studiengang 02 Advanced Sales Management and Intelligence (M.Sc.)	7
<i>Zusammenfassende Qualitätsbewertung des Gutachtergremiums</i>	9
Studiengang 01 Wirtschaftspsychologie (B.Sc.)	9
Studiengang 02 Advanced Sales Management and Intelligence (M.Sc.)	9
1 Prüfbericht: Erfüllung der formalen Kriterien	10
<i>Studienstruktur und Studiendauer (§ 3 BayStudAkkV)</i>	10
<i>Studiengangsprofile (§ 4 BayStudAkkVO)</i>	10
<i>Zugangsvoraussetzungen und Übergänge zwischen Studienangeboten (§ 5 BayStudAkkVO)</i>	11
<i>Abschlüsse und Abschlussbezeichnungen (§ 6 BayStudAkkVO)</i>	12
<i>Modularisierung (§ 7 BayStudAkkVO)</i>	13
<i>Leistungspunktesystem (§ 8 BayStudAkkVO)</i>	14
<i>Anerkennung und Anrechnung (Art. 2 Abs. 2 StAkkrStV)</i>	14
2 Gutachten: Erfüllung der fachlich-inhaltlichen Kriterien	16
2.1 <i>Schwerpunkte der Bewertung / Fokus der Qualitätsentwicklung</i>	16
2.2 <i>Erfüllung der fachlich-inhaltlichen Kriterien</i>	16
Qualifikationsziele und Abschlussniveau (§ 11 BayStudAkkV)	16
Schlüssiges Studiengangskonzept und adäquate Umsetzung (§ 12 BayStudAkkV)	19
Curriculum (§ 12 Abs. 1 Sätze 1 bis 3 und 5 BayStudAkkV)	19
Mobilität (§ 12 Abs. 1 Satz 4 BayStudAkkV)	25
Personelle Ausstattung (§ 12 Abs. 2 BayStudAkkV)	26
Ressourcenausstattung (§ 12 Abs. 3 BayStudAkkV)	27
Prüfungssystem (§ 12 Abs. 4 BayStudAkkV)	31
Studierbarkeit (§ 12 Abs. 5 BayStudAkkV)	32
Besonderer Profilanpruch (§ 12 Abs. 6 BayStudAkkV)	34
Fachlich-Inhaltliche Gestaltung der Studiengänge (§ 13 BayStudAkkV)	34
Aktualität der fachlichen und wissenschaftlichen Anforderungen (§ 13 Abs. 1 BayStudAkkV)	34
Studienerfolg (§ 14 BayStudAkkV)	36
Geschlechtergerechtigkeit und Nachteilsausgleich (§ 15 BayStudAkkV)	37

3	Begutachtungsverfahren	40
3.1	<i>Allgemeine Hinweise</i>	40
3.2	<i>Rechtliche Grundlagen</i>	40
3.3	<i>Gutachtergremium</i>	40
4	Datenblatt	41
4.1	<i>Daten zum Studiengang</i>	41
4.2	<i>Daten zur Akkreditierung</i>	41
5	Glossar	42

Ergebnisse auf einen Blick

Studiengang 01 Wirtschaftspsychologie (B.Sc.)

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

Die formalen Kriterien sind

- erfüllt
- nicht erfüllt

Nach eingehender Beratung mit der Hochschule schlägt die Agentur dem Akkreditierungsrat folgende Auflagen vor:

Auflage 1 (Kriterium § 6 BayStudAkkVO Abschlüsse und Abschlussbezeichnungen)

Die Hochschule stellt sicher, dass die Learning Outcomes unter 4.2 im Diploma Supplement outcome-orientiert formuliert sind.

Auflage 2 (Kriterium § 7 BayStudAkkVO Modularisierung):

Die Hochschule stellt sicher, dass das Modulhandbuch die Module aller Studienschwerpunkte enthält.

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

Die fachlich-inhaltlichen Kriterien sind

- erfüllt
- nicht erfüllt

Das Gutachtergremium schlägt dem Akkreditierungsrat folgende Auflagen vor:

Auflage 3 (Kriterium § 12 Abs. 1 Sätze 1 bis 3 und 5 BayStudAkkV Curriculum)

Die Hochschule stellt die Ergänzung der Angaben bzw. Inhalte zu den Forschungsmethoden in dem Modul *Forschungsmethoden* sicher.

Auflage 4 (Kriterium § 14 BayStudAkkVO Studienerfolg)

Die Hochschule stellt sicher, dass alle Beteiligten über die Evaluationsergebnisse der Alumnibefragung informiert werden.

Studiengang 02 Advanced Sales Management and Intelligence (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

Das Gutachtergremium schlägt dem Akkreditierungsrat folgende Auflagen vor:

Auflage (Kriterium § 14 BayStudAkkVO Studienerfolg)

Die Hochschule stellt sicher, dass alle Beteiligten über die Evaluationsergebnisse der Alumnibefragung informiert werden.

Kurzprofil der Studiengänge

Studiengang 01 Wirtschaftspsychologie (B.Sc.)

Der Studiengang Wirtschaftspsychologie (B.Sc.) verbindet wirtschaftswissenschaftliche Inhalte mit psychologischen Kenntnissen und Methodenausbildung. Zunächst werden anwendungsnahe Grundlagenkenntnisse in den drei Säulen Wirtschaft, Psychologie und Methoden im Grundstudium vermittelt (1.-4. Fachsemester). Im Hauptstudium (5.-7. Fachsemester) können individuelle Schwerpunkte gewählt und im Praxissemester sowie in der Abschlussarbeit vertieft werden.

Die Lehr- und Lernformen beinhalten Vorlesungen, Übungen, Seminare, Seminaristischen Unterricht und Praxisseminare. Mittels Gruppen- und Projektarbeiten erlernen Studierende Persönlichkeits- und Teamkompetenzen. Durch eine statistische Ausbildung in den Programmiersprachen R, in komplexer Datenverarbeitung („Big Data“) und in der Programmierung werden in der Methodenausbildung sowohl qualitative als auch quantitative Aspekte aus dem wirtschaftswissenschaftlichen und dem psychologischen Bereich vermittelt. Im Praxissemester können Studierende erste Erfahrungen im Testen von Ideen und Gründungen von Unternehmen sammeln.

Die Absolventinnen und Absolventen des Studiengangs Wirtschaftspsychologie werden für eine Vielzahl von Berufsbildern in Industrie, Handel, Finanzwirtschaft, Dienstleistungssektor oder Verwaltung ausgebildet. Durch die Wahl von Schwerpunkten können Kompetenzen für Tätigkeiten z.B. in den folgenden Bereichen noch weiter fokussiert werden:

- Marketing, Marktforschung und Vertrieb
- Personal- und Organisationsentwicklung,
- Transformation, Change Management und interne Unternehmenskommunikation

Die Studierenden erwerben im Studium Kompetenzen, die geeignet für eine Freiberuflichkeit als Berater, Trainer, Coach oder Supervisor sind.

Studiengang 02 Advanced Sales Management and Intelligence (M.Sc.)

Der Masterstudiengang Advanced Sales Management and Intelligence (M.Sc.) verbindet wirtschaftswissenschaftliche Inhalte wie Sales Management, Pricing/ Preismanagement und Strategie (speziell Wachstumsstrategien) mit rechtlichen Bereichen der Compliance sowie datenanalytischen Inhalten aus den Bereichen Statistik (speziell Multivariate Statistische Methoden, quantitative Methoden der Marktforschung) und Data Analytics (Big Data, Artificial Intelligence).

Die wesentlichen Berufsbereiche, auf die der Studiengang vorbereitet, sind:

- Vertrieb
- Produktmanagement und Key-Account-Management
- Compliance
- Datenanalysen

Mögliche berufliche Einsatzfelder der Studierenden nach dem Abschluss liegen im Bereich des datengestützten Vertriebs oder Marketings (z.B. „Big Data“-Vertrieb), in der strategischen oder operativen Planung und Steuerung des Omnichannel-/Multichannel-Managements (z.B. in Vertriebsbereichen mit klassischem Vertriebsaußendienst-Bereich und digitalen Sales-Plattformen), allgemein in Technologie- und datengetriebenen Unternehmen, in klassischen Vertriebs- und Key Account Management-Strukturen mit direktem Kundenbezug.

Die Lehr- und Lernformen beider Studiengänge beinhalten Vorlesungen, Übungen, Seminare, Seminaristischen Unterricht und Praxisseminare. Mittels Konzeptionsseminaren, Transfer- und Anwendungsaufgaben sowie Fallbeispielen werden die Lernziele praxisnah vermittelt. Durch Gruppen- und Projektarbeiten erlernen Studierende Persönlichkeits- und Teamkompetenzen.

Zusammenfassende Qualitätsbewertung des Gutachtergremiums

Das Gutachtergremium konnte sich im Rahmen der Begutachtung einen umfassenden Überblick über die Studiengänge und die Hochschule verschaffen.

In den Gesprächen mit den verschiedenen Hochschulmitgliedern konnte das Gutachtergremium einen vertieften Eindruck darüber erlangen, welche Inhalte und Qualifikationsziele vermittelt werden sollen.

Ein Aspekt, den das Gutachtergremium bei beiden Studiengängen positiv hervorhebt, ist die gute Ressourcenausstattung. Im Rahmen der Vor-Ort-Begutachtung hat das Gutachtergremium die Räumlichkeiten der HNU besichtigt; insbesondere das UX-Testing und Usability Labor und das Medienzentrum stellen laut Ansicht des Gutachtergremiums einen Mehrwert für den Studienbetrieb sowie die Studierenden dar. Die Praxis, die Evaluationsergebnisse der Lehrveranstaltungen in den jeweiligen Vorlesungen zu besprechen, befürwortet das Gutachtergremium.

Studiengang 01 Wirtschaftspsychologie (B.Sc.)

Das Gutachtergremium hebt positiv hervor, dass die Persönlichkeitsentwicklung insbesondere durch das Stellen von Selbstreflexionsfragen im Rahmen einzelner Module gewährleistet sei. Darüber hinaus würdigt es die Anzahl an Professorinnen und Professoren mit einer psychologischen Qualifikation.

Allerdings enthält das Modulhandbuch für den Bachelorstudiengang nicht alle Module der Studienschwerpunkte. Darüber hinaus sind in dem Modul Forschungsmethoden die Angaben bzw. Inhalte zu den Forschungsmethoden nicht enthalten.

Um externe Stakeholder, wie z.B. Alumni oder die Handelskammer in die Gestaltung des Studiengangs stärker zu involvieren, empfiehlt das Gutachtergremium die Gründung eines Beirats.

Studiengang 02 Advanced Sales Management and Intelligence (M.Sc.)

Die Studiengangsbezeichnung „Advanced Sales Management and Intelligence“ ist nach Ansicht des Gutachtergremiums stimmig. Die schwerpunktmäßige Verortung der drei Themenbereiche *Sales Management*, *Compliance* und *Data Intelligence* könnte jedoch noch stärker im Curriculum abgebildet werden. Positiv bewertet das Gutachtergremium die Vernetzung mit anderen Masterangeboten und die gute Personalausstattung.

1 Prüfbericht: Erfüllung der formalen Kriterien

(gemäß Art. 2 Abs. 2 StAkkStV und §§ 3 bis 8 und § 24 Abs. 3 MRVO)

Studienstruktur und Studiendauer ([§ 3 BayStudAkkV](#))

Sachstand/Bewertung

Wirtschaftspsychologie (B.Sc.)

Der siebensemestrigem Vollzeit-Bachelorstudiengang umfasst 210 ECTS-Leistungspunkte. Das praktische Semester liegt in der Regel im fünften Semester, kann jedoch auch im sechsten Semester absolviert werden. Zudem wird der Studiengang auch als sog. „Studium mit vertiefter Praxis“ angeboten (Näheres zum „Studium mit vertiefter Praxis“ unter Kapitel § 12 Abs. 6 BayStudAkkVO Besonderer Profilanpruch) (vgl. Studien- und Prüfungsordnung Wirtschaftspsychologie (B.Sc.) § 3 Absätze 1-3).

Advanced Sales Management and Intelligence (M.Sc.)

Der konsekutive dreisemestrigem Vollzeit-Masterstudiengang umfasst 90 ECTS-Leistungspunkte (vgl. Studien- und Prüfungsordnung (SPO) Advanced Sales Management and Intelligence (M.Sc.) § 3 Absätze 1-3). Der Studiengang baut auf siebensemestrigem Bachelorstudiengängen der Betriebswirtschaft, Wirtschaftswissenschaften, Wirtschaftsrecht oder einer vergleichbaren Fachrichtung mit 210 ECTS-Leistungspunkten auf (vgl. § 8 Immatrikulationssatzung), sodass die Gesamtregelstudienzeit im Vollzeitstudium fünf Jahre (zehn Semester) beträgt.

Entscheidungsvorschlag

Kriterium ist erfüllt.

Studiengangsprofile ([§ 4 BayStudAkkVO](#))

Sachstand/Bewertung

Wirtschaftspsychologie (B.Sc.)

Gemäß § 36 der Allgemeinen Prüfungsordnung der Hochschule soll die Abschlussarbeit zeigen, dass die Studierenden in der Lage sind, eine Aufgabe selbständig und nach wissenschaftlichen Methoden zu bearbeiten.

Advanced Sales Management and Intelligence (M.Sc.)

Der Masterstudiengang ist anwendungsorientiert (vgl. § 6 SPO). Im Studiengang werden 12 ECTS-Leistungspunkte im Modul *Konzeptionsseminar* erworben. Die Studierenden bearbeiten hierbei reale Business Cases, welche von Industrie- oder Dienstleistungsunternehmen gestellt werden. Die Studierenden wenden dabei erlernte Tools und Methoden in Gruppen an. Weiterhin werden sie während der Projekte durch die Professorinnen und Professoren gecoacht. Die Abschlussnote ergibt sich aus der professionellen Anwendung der Theorien/Modelle/Tools (wissenschaftlicher Teil) sowie der Beurteilung der jeweiligen Geschäftsführer/Vertriebsleiter/Marktforschungsleiter, in wie weit die Ergebnisse in der Praxis umsetzbar sind. Bisherige Erkenntnisse aus dem Master of Advanced Management (M.Sc.) – der dem zu akkreditierenden Masterstudiengang in diesem Bereich sehr ähnlich ist – zeigen, dass die Lösungen und Konzepte seitens der Studierenden anwendungsorientiert sind.

Ziel der Masterarbeit für die Studierenden dieses konsekutiven Studiengangs ist, zu zeigen, dass sie in der Lage sind, ein dem Abschluss angemessenes Thema selbständig zu bearbeiten (vgl. Modulbeschreibung Master-Thesis im Modulhandbuch *Advanced Sales Management and Intelligence* (M.Sc.).

Entscheidungsvorschlag

Kriterium ist erfüllt.

Zugangsvoraussetzungen und Übergänge zwischen Studienangeboten ([§ 5 BayStudAk-kVO](#))

Sachstand/Bewertung

Für beide Studiengänge

Von internationalen Bewerberinnen und Bewerbern muss Deutsch zumindest auf der Niveaustufe B2 nachgewiesen werden (vgl. Immatrikulationssatzung §13 (4)).

Wirtschaftspsychologie (B.Sc.)

Laut § 4 (2) der Immatrikulationssatzung muss für eine Zulassung zum Studiengang Wirtschaftspsychologie (B.Sc.) mindestens die Hochschulreife vorliegen. Zeugnisse der Fachhochschulreife eines zweijährigen Berufskollegs in Baden-Württemberg, die nach dortigem Landesrecht eine Fachhochschulreife verleihen, berechtigen an der Hochschule Neu-Ulm nur in Verbindung mit einem der folgenden Nachweise zum Studium in einem Studiengang, der nicht zusammen mit der Technischen Hochschule Ulm angeboten wird:

- mindestens halbjähriges, gelenktes Praktikum oder
- mindestens zweijährige einschlägige Berufstätigkeit oder
- abgeschlossene, mindestens zweijährige Berufsausbildung (bei Verzicht auf die Einschlägigkeit).

Der Studiengang ist örtlich zulassungsbeschränkt. (Näheres hierzu findet sich in der Immatrikulationssatzung.)

Advanced Sales Management and Intelligence (M.Sc.)

Laut § 8 Abs. 1 der Immatrikulationssatzung muss für eine Zulassung zum Masterstudiengang Advanced Sales Management and Intelligence (M.Sc.) ein abgeschlossenes Hochschulstudium mit mindestens 210 ECTS-Leistungspunkten aus den Bereichen Betriebswirtschaft, Wirtschaftswissenschaften, Wirtschaftsrecht oder einer vergleichbaren Fachrichtung mit einer Note 2,3 oder besser sowie Englischkenntnisse mit mindestens dem Level B2 vorliegen. Der Studiengang ist zulassungsfrei. Nach Abschluss des Masterstudiums werden insgesamt 300 ECTS-Leistungspunkte erreicht.

Nach § 8 Abs. 2 der Immatrikulationssatzung können Studierende bei Vorliegen eines Bachelorabschlusses mit mindestens 180 ECTS-Leistungspunkten, aber weniger als 210 ECTS-Leistungspunkten und einer Abschlussnote von 2,3 oder besser, auf Antrag eine dem Bachelorabschluss mit 210 ECTS-Leistungspunkten gleichwertige Qualifikation durch eine der folgenden

Vorleistungen nachzuweisen (= Erwerb von 30 ECTS-Leistungspunkten). Die Gleichwertigkeit wird von der Hochschule Neu-Ulm vor der Zulassung im Einzelfall geprüft.

- Mitautorenschaft einer Forschungspublikation (Blind Peer Reviewed) in englischer Sprache (Research Paper), die auf einer internationalen wissenschaftlichen Konferenz vorgestellt oder in einem wissenschaftlichen Journal veröffentlicht wurde (z. B. im Rahmen der Publikation von Ergebnissen aus der Bachelorarbeit);
- Mindestens sechsmonatige, nachweisbare Berufspraxis in Vollzeit, nach Erwerb des Bachelorabschlusses in einer, den Inhalten des Studiengangs einschlägigen und der Qualifikation des Bachelorabschlusses entsprechenden Tätigkeit;
- Bestehen einer Zulassungsprüfung in Form einer schriftlichen wissenschaftlichen Ausarbeitung, zu einem vom Studiengangleitenden vorgegebenen angewandten Forschungsthema und einer anschließenden schriftlichen Prüfung (*Maturity Exam*) in englischer Sprache an der Hochschule Neu-Ulm. Regelungen sowie Bewertungskriterien für diese Prüfung sind in der Immatrikulationssatzung zu finden.
- Nachweis von zusätzlich belegten Fächern im Umfang von 30 ECTS-Leistungspunkten aus einem vorherigen Studiengang.

Für eine Notenverbesserung in der Bewerbung kann ein TM-WISO-Test abgelegt werden. Termine dafür werden deutschlandweit an verschiedenen Hochschulen und auch an der HNU angeboten. Wenn der bzw. die Testteilnehmende zu den besten 60 % im TM-WISO gehört, wird die Bachelorabschlussnote um 0,3 verbessert; wenn der bzw. die Testteilnehmende zu den besten 50 % gehört, wird die Note um 0,5 verbessert, und wenn er zu den besten 40 % gehört, um 0,7.

Entscheidungsvorschlag

Kriterium ist erfüllt.

Abschlüsse und Abschlussbezeichnungen ([§ 6 BayStudAkkVO](#))

Sachstand/Bewertung

Für beide Studiengänge

Für den Bachelorstudiengang *Wirtschaftspsychologie* (B.Sc.) wird ein Bachelor of Science (B.Sc.), für den Masterstudiengang *Advanced Sales Management and Intelligence* (M.Sc.) ein Master of Science (M.Sc.) verliehen (vgl. § 2 der jeweiligen Studien- und Prüfungsordnung).

Der Masterstudiengang hat aus Sicht der HNU einen hohen Anteil an quantitativen Elementen und befähigt die Studierenden zu wissenschaftlichem Arbeiten.

- Im Modul „Data Intelligence“ (6 ECTS-Leistungspunkte) werden Kompetenzen zu Big Data, multivariaten Methoden, Hypothesentests, t-Test, Chi-Quadrat-Verteilungen etc. vermittelt.
- Im Modul „Strategic Pricing Excellence“ (6 ECTS-Leistungspunkte) werden klassische Pricing Methoden gelehrt und die Studierenden führen ein Experiment durch, in welchem sie Hypothesen überprüfen.
- Weitere Lerninhalte aus den Bereichen „Forschungsmethoden“ und „quantitative Methoden“ werden im Rahmen des Moduls „Strategic Market Intelligence“ (10 ECTS-Leistungspunkte) vermittelt.

Das Diploma Supplement enthält Angaben über Art und Stufe des Abschlusses, den Status der Hochschule sowie detailliertere Informationen über das Studienprogramm, in dem der Abschluss erworben wurde (Zugangsvoraussetzungen, Studienanforderungen, Studienverlauf und optionale weitere Informationen). Es wird in der jeweils gültigen zwischen Kultusministerkonferenz und Hochschulrektorenkonferenz abgestimmten Fassung ausgestellt.

Unter 4.2 Programme Learning Outcomes in dem Diploma Supplement des Bachelorstudiengangs werden die Tätigkeitsfelder der Absolventinnen und Absolventen sowie der Aufbau der Studiengänge erläutert, jedoch werden keine Angaben zu den Qualifikationszielen gemacht.

Entscheidungsvorschlag

Kriterium ist nicht erfüllt.

Nach eingehender Beratung mit der Hochschule schlägt die Agentur folgende Auflage vor:

Die Hochschule stellt sicher, dass im Bachelorstudiengang die Learning Outcomes im Diploma Supplement outcome-orientiert formuliert sind.

Modularisierung ([§ 7 BayStudAkkVO](#))

Sachstand/Bewertung

Für beide Studiengänge

Die Curriculumsübersichten der Studiengänge sind unter § 4 in den jeweiligen Studien- und Prüfungsordnungen integriert. Die Studiengänge sind vollständig modularisiert und mit einem Leistungspunktesystem ausgestattet.

Die Modulbeschreibungen enthalten Informationen zu den Inhalten und Qualifikationszielen des Moduls, zu Lehr- und Lernformen, zu Voraussetzungen für die Teilnahme, zur Verwendbarkeit des Moduls, zu Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Leistungspunkten entsprechend dem European Credit Transfer System, zu ECTS-Leistungspunkten und Benotung, zur Häufigkeit des Angebots des Moduls, zum Arbeitsaufwand und zur Dauer des Moduls.

Wirtschaftspsychologie (B.Sc.)

Es gibt keine semesterübergreifenden Module. Die überwiegende Mehrzahl der Module fällt nicht unter eine 5-ECTS-Leistungspunkte-Grenze. Es gibt einige wenige Ausnahmen:

- Praxisseminar Einführung + Abschluss (vier ECTS-Leistungspunkte)
- Bachelorseminar (zwei ECTS-Leistungspunkte)

Diese beiden Module sind jeweils begleitende Module zum Praxissemester bzw. zur Bachelorarbeit, um die Studierenden auch in dieser Phase zu unterstützen und zu betreuen. Der wesentliche Teil der Leistungserbringung findet im *Praktischen Studiensemester* bzw. in der Bachelorarbeit selbst statt, weshalb hier ein Umfang von weniger als fünf ECTS-Leistungspunkten gerechtfertigt ist.

Das Modulhandbuch ist nicht vollständig in Bezug auf die Studienschwerpunkte.

Advanced Sales Management and Intelligence (M.Sc.)

Es gibt keine semesterübergreifenden Module sowie Module, in denen weniger als fünf ECTS-Leistungspunkte zu erreichen sind.

Entscheidungsvorschlag

Kriterium ist nicht erfüllt.

Nach eingehender Beratung mit der Hochschule schlägt die Agentur folgende Auflage vor: Die Hochschule stellt sicher, dass das Modulhandbuch vollständig ist.

Leistungspunktesystem ([§ 8 BayStudAkkVO](#))

Sachstand/Bewertung

Für beide Studiengänge

Jedem ECTS-Leistungspunkt ist eine Arbeitsbelastung von 30 Zeitstunden zugeordnet (vgl. Allgemeine Prüfungsordnung § 15 (1)). Das Thema der Abschlussarbeit (Bachelor- bzw. Masterarbeit) wird von Professorinnen und Professoren ausgegeben; die Abschlussarbeit wird von ihnen betreut und bewertet (vgl. Allgemeine Prüfungsordnung § 36 Abs. 4). Die Bearbeitungsdauer der Abschlussarbeiten umfasst vier Monate. Dem Curriculum ist zu entnehmen, welche Prüfungen in den Modulen für die Vergabe von ECTS-Leistungspunkten abzulegen sind (vgl. Studien- und Prüfungsordnung für die jeweiligen Studiengänge).

Wirtschaftspsychologie (B.Sc.)

Der Studiengang umfasst 210 ECTS-Leistungspunkte. Pro Semester sind 30 ECTS-Leistungspunkte in Vollzeit vorgesehen; abweichend davon sind es im 3. Semester 31 ECTS-Leistungspunkte und im 7. Semester 29 ECTS-Leistungspunkte. Der Bearbeitungsumfang der Bachelorarbeit beträgt 12 ECTS-Leistungspunkte (vgl. § 4 Studien- und Prüfungsordnung für den Bachelorstudiengang Wirtschaftspsychologie (B.Sc.)).

Advanced Sales Management and Intelligence (M.Sc.)

Der Studiengang umfasst 90 ECTS-Leistungspunkte. Pro Semester sind 30 ECTS-Leistungspunkte in Vollzeit vorgesehen. Der Bearbeitungsumfang der Masterarbeit beträgt 18 ECTS-Leistungspunkte (vgl. § 4 Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Advanced Sales Management and Intelligence (M.Sc.)).

Die Hochschule stellt in der Immatrikulationssatzung sicher, dass Studierenden, die kein Erststudium mit 210 ECTS-Leistungspunkten absolviert haben, ein Ausgleich ermöglicht wird, sodass unter Einbeziehung des vorangehenden Studiums bis zum Abschluss des Masterstudiengangs insgesamt 300 ECTS-Leistungspunkte erreicht wurden (siehe § 5 Zugangsvoraussetzungen und Übergänge zwischen Studienangeboten).

Entscheidungsvorschlag

Kriterium ist erfüllt.

Anerkennung und Anrechnung ([Art. 2 Abs. 2 StAkkrStV](#))

Sachstand/Bewertung

Die Anerkennung und Anrechnung von Studien-/Prüfungsleistungen und Studienzeiten ist in § 25 der Allgemeinen Prüfungsordnung (APO) geregelt. Zudem gibt es die sog. HNU-Grundsätze für die Anerkennung von Studien- und Prüfungsleistungen an der HNU.

Anerkennung

Studien- und Prüfungsleistungen, die an anderen staatlichen oder staatlich anerkannten Hochschulen in Deutschland oder an ausländischen Hochschulen erbracht worden sind, werden anerkannt, sofern hinsichtlich der erworbenen Kompetenzen kein wesentlicher Unterschied besteht. Die Studierenden erhalten vom Referat Studium und Prüfung der HNU (SuP) einen Bescheid über die Anerkennung ihres Antrags oder die Nicht-Anerkennung ihres Antrags mit Begründung (vgl. HNU – Grundsätze für die Anerkennung von Studien- und Prüfungsleistungen an der HNU).

Anrechnung

Kompetenzen, die außerhalb des Hochschulbereichs erworben wurden, werden angerechnet, sofern sie gleichwertig sind. Die Gleichwertigkeit ist gegeben, wenn Kompetenzen an Inhalt, Umfang und Anforderungen denen des jeweiligen Studienganges entsprechen. Der Gesamtumfang der hierbei anrechenbaren ECTS-Leistungspunkte darf die Hälfte der in dem Studiengang zu erwerbenden ECTS-Leistungspunkte nicht überschreiten (vgl. allgemeine Prüfungsordnung § 25 Abs. 3).

Entscheidungsvorschlag

Kriterium ist erfüllt.

2 Gutachten: Erfüllung der fachlich-inhaltlichen Kriterien

2.1 Schwerpunkte der Bewertung / Fokus der Qualitätsentwicklung

Bei der Begutachtung wurde berücksichtigt, dass es sich bei den beiden Studiengängen um eine Erstakkreditierung handelt. Das Gutachtergremium konnte mit eingeschriebenen Studierenden der zu akkreditierenden Studiengänge sowie Alumni aus vergleichbaren Studiengängen sprechen.

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 MRVO)

Qualifikationsziele und Abschlussniveau ([§ 11 BayStudAkkV](#))

a) Studiengangübergreifende Aspekte

Die inhaltlichen Lernziele werden praxisnah vermittelt, wobei Wert darauf gelegt wird, dass theoretische Elemente den späteren Berufsperspektiven dienlich sind und auf diese vorbereiten, z.B. durch Transfer- und Anwendungsaufgaben sowie Fallbeispiele. Durch die interdisziplinäre Natur der Studiengänge und die Kombination aus Grundlagen- und Anwendungswissen sollen die Studierenden auf vielfältige Herausforderungen in der Zukunft vorbereitet werden.

In Bezug auf die überfachliche Persönlichkeitsentwicklung steht den Studierenden an der Hochschule Neu-Ulm ein umfangreiches kulturelles Lehr- und Veranstaltungsangebot zur Verfügung. Das Kulturprogramm besteht aus interdisziplinären Veranstaltungen zu ausgewählten Themen, Lehrveranstaltungen aus den Bereichen Kunst, Ethik, Philosophie und Geschichte sowie künstlerischen oder allgemeinbildenden Studieninitiativen (Bsp.: HNU-Band, Bookclub). Von Seiten der Hochschule werden zudem studiengangübergreifende Seminare im Bereich der Schlüsselkompetenzen angeboten – diese reichen von technischen Kompetenzen (MS Office, Programmieren etc.) über berufspraktische Kompetenzen (Bewerbungscoaching, Bewerbungsstrategien etc.) hin zu allgemeinen persönlichen Kompetenzen (Zeit- und Selbstmanagement sowie Entscheidungen treffen). Dadurch wird laut der HNU sichergestellt, dass die Studierenden neben inhaltlichen Lernzielen in den beiden zu akkreditierenden Studiengängen auch im Bereich der Persönlichkeitsentwicklung gefördert werden und somit nicht nur späteren beruflichen Herausforderungen, sondern auch persönlichen und zivilgesellschaftlichen Herausforderungen gewachsen sind.

Die Qualifikationsziele der einzelnen Module sind in den Modulhandbüchern aufgeführt.

b) Studiengangsspezifische Bewertung

Sachstand

Studiengang 01 Wirtschaftspsychologie (B.Sc.)

Die Hochschule beschreibt die Qualifikationsziele in § 2 SPO Absätze 1 und 2 wie folgt:

Der Studiengang Wirtschaftspsychologie (B.Sc.) entwickelt Kompetenzen an der Schnittstelle zwischen Psychologie und Betriebswirtschaft. Dazu werden erstens die Grundlagen der Betriebswirtschaft gelegt, zweitens die methodischen Grundlagen zum anwendungsorientierten wissenschaftlichen Arbeiten vermittelt und drittens die psychologischen Grundlagen zu Wahrnehmung,

Emotion, Motivation und Verhalten von Individuen und Gruppen erarbeitet. Die Kompetenzen einer Wirtschaftspsychologin bzw. eines Wirtschaftspsychologen werden sowohl in der, insbesondere durch die Digitalisierung, zunehmend agiler werdenden Arbeitswelt als auch in der, durch soziale Medien und veränderte Kommunikationsstrukturen, komplexer werdenden Markterschließung benötigt.

Die Absolvierenden des Studiengangs Wirtschaftspsychologie (B.Sc.) werden für eine Vielzahl von Berufsbildern in Industrie, Handel, Finanzwirtschaft, Dienstleistungssektor oder Verwaltung gut gerüstet sein. Durch die Wahl von Schwerpunkten können Kompetenzen für Tätigkeiten z.B. in den folgenden Bereichen noch weiter fokussiert werden:

- Marketing, Marktforschung und Vertrieb,
- Personal- und Organisationsentwicklung und
- Transformation, Change Management und interne Unternehmenskommunikation.

Die Studierenden erwerben bereits im Studium Kompetenzen, die geeignet sind für eine Freiberuflichkeit als Berater, Trainer, Coach oder Supervisor.

In ihrem Selbstbericht auf Seite 19 stellt die HNU dar, welche Qualifikationen in den drei Bereichen *Wirtschaft*, *Psychologie* und *Methoden* vermittelt werden:

- Im **wirtschaftswissenschaftlichen Bereich** werden Kenntnisse in den Grundlagen der BWL, dem Rechnungswesen, der Investitionslehre, dem Personal, der Unternehmensführung und dem Marketing gelehrt.
- Im Bereich **Psychologie** werden ebenfalls allgemeine Grundlagen vermittelt sowie Kenntnisse in der Persönlichkeitspsychologie, der Allgemeinen Psychologie, der biologischen Psychologie und der Sozialpsychologie erworben.
- In der **Methodenlehre** werden qualitative und quantitative Aspekte sowohl aus dem wirtschaftswissenschaftlichen als auch aus dem psychologischen Bereich erworben. Die statistische Ausbildung mit Vertiefungen in der Programmiersprache R, Einführungen in Themen komplexerer Datenverarbeitung („Big Data“) und Programmierung sowie Forschungsmethoden sind auch im Curriculum enthalten.

Durch Gruppen- und Projektarbeiten – vor allem in den Schwerpunkten – erlernen die Studierenden Persönlichkeits- und Teamkompetenzen. Die „Founders Kitchen“ des Studiengangs erlaubt unternehmerisch orientierten Studierenden bereits im Praxissemester erste Erfahrungen im Testen von Ideen und Gründen von Unternehmen zu sammeln. Darüber hinaus wird allen gründungsaktiven Studierenden die Möglichkeit geboten, im Rahmen des Studiums als Zusatzqualifikation das „Zertifikat Entrepreneurship“ zu erwerben. Insbesondere im Bereich Entrepreneurship bestehen Entwicklungsmöglichkeiten, durch die die Studierenden aktiv gefördert werden³ (vgl. Selbstbericht Seite 19).

Studiengang 02 Advanced Sales Management and Intelligence (M.Sc.)

Die Hochschule beschreibt die Qualifikationsziele in § 2 SPO Absatz 1 wie folgt:

Der Masterstudiengang hat das Ziel, international ausgerichtete und rechtlich geschulte Fach- und Führungskräfte für das Sales Management in B2B und B2C Unternehmen und anderen Organisationen auszubilden. Das anwendungsorientierte Masterprogramm vermittelt Kompetenzen

³ [Entrepreneurship-Lehre - Hochschule Neu-Ulm \(hnu.de\)](https://www.hnu.de/lehre/entrepreneurship/) (zuletzt abgerufen am 22.7.2022)

für einen verantwortungsbewussten und erfolgsorientierten Umgang mit zukunftsweisenden Technologien (z.B. Big Data, Analytics, KI-Anwendungen), die in unterschiedlichen Bereichen des (digitalen) Vertriebs zum Einsatz kommen. Der Studiengang bereitet die Absolvierenden primär auf die Übernahme von gehobenen Fach- und Führungspositionen im strategischen Vertrieb vor. Darüber hinaus verfolgt der Studiengang das Ziel, die Absolventinnen und Absolventen gemäß international üblichen Standards wissenschaftlich-methodisch auf eine einschlägige Promotion in unterschiedlichen Bereichen des (digitalen) Vertriebs vorzubereiten.

Mögliche beruflichen Einsatzfelder der Studierenden nach dem Abschluss liegen im Bereich des datengestützten Vertriebs oder Marketings (z.B. „Big Data“-Vertrieb), in der strategischen oder operativen Planung und Steuerung des Omnichannel-/Multichannel-Managements (z.B. in Vertriebsbereichen mit klassischem Vertriebsaußendienst-Bereich und digitalen Sales-Plattformen), allgemein in Technologie- und datengetriebenen Unternehmen, in klassischen Vertriebs- und Key Account Management-Strukturen mit starkem direktem Kundenbezug.

Weiter stellt die HNU in ihrem Selbstbericht auf Seite 20 dar, welche Kenntnisse in den Bereichen *Sales and Growth*, *Data Analytics* und *Compliance* vermittelt werden:

- Im Bereich **Sales and Growth** werden Kenntnisse in den Grundlagen des Sales Management, des Preismanagement, der Digitalisierung im Vertrieb sowie Wachstumsstrategien vermittelt.
- Im zweiten Bereich **Data Analytics** werden Kompetenzen auf den Gebieten der Datenbeschaffung sowie Datenanalyse gelehrt. Die Studierenden erhalten vertiefende Einblicke in Multivariate Statistische Methoden, Big Data Analytics inklusive AI und „Machine Learning“ sowie in die Gestaltung von qualitativen und quantitativen Befragungen.
- Der dritte Bereich **Compliance** befasst sich mit den Grundlagen des Compliance Managements sowie – konsistent mit der inhaltlichen Ausrichtung des Studiengangs – den besonderen Herausforderungen des Compliance Managements auf den Gebieten Vertrieb sowie IT.

Durch Gruppen- und Projektarbeiten und in den Konzeptionsseminaren erlernen die Studierenden Persönlichkeits- und Teamkompetenzen. Neben Teamfähigkeiten erlangen die Studierenden Soft Skills, wie den Umgang mit Zeitdruck, Zeitmanagement sowie Akquise von Probanden für die qualitativen und quantitativen Befragungen. Die Studierenden haben die Gelegenheit, diese Fähigkeiten vor Geschäftsführenden und Vertriebsleitenden/Vorständen zu trainieren.

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Studiengang 01 Wirtschaftspsychologie (B.Sc.)

Die Qualifikationsziele und die angestrebten Lernergebnisse sind dem Gutachtergremium im Rahmen der Gespräche nachvollziehbar dargelegt worden. In den Modulbeschreibungen sind die Qualifikationsziele verankert und entsprechend ausgewiesen. Sie sind schlüssig und kompetenzorientiert formuliert und tragen den angestrebten Lernergebnissen sowie den Zielen der wissenschaftlichen Befähigung, der Befähigung zu einer qualifizierten Erwerbstätigkeit und Persönlichkeitsentwicklung Rechnung. Das Gutachtergremium hebt hervor, dass die Persönlichkeitsentwicklung insbesondere durch das Stellen von Selbstreflexionsfragen im Rahmen einzelner Module gewährleistet sei. Die SPO betreffend gibt das Gutachtergremium den Hinweis, die ausgewiesenen Qualifikationsziele noch kompetenzorientierter zu formulieren.

Studiengang 02 Advanced Sales Management and Intelligence (M.Sc.)

Die Qualifikationsziele der einzelnen Module sind schlüssig formuliert und in den Modulbeschreibungen ausgewiesen. Die Qualifikationsziele tragen den angestrebten Lernergebnissen sowie den Zielen der wissenschaftlichen Befähigung, der Befähigung zu einer qualifizierten Erwerbstätigkeit und Persönlichkeitsentwicklung Rechnung. Die SPO betreffend gibt das Gutachtergremium den Hinweis, die ausgewiesenen Qualifikationsziele noch kompetenzorientierter zu formulieren.

Entscheidungsvorschlag

Erfüllt.

Schlüssiges Studiengangskonzept und adäquate Umsetzung (§ 12 BayStudAkkV)

Curriculum ([§ 12 Abs. 1 Sätze 1 bis 3 und 5 BayStudAkkV](#))

a) Studiengangsübergreifende Aspekte

Die Lehr- und Lernformen beider Studiengänge beinhalten Vorlesungen, Übungen, Seminare, Seminaristischen Unterricht und Praxisseminare. Abgeprüft werden Leistungen über Klausuren, mündliche Prüfungen, digitale Prüfungen (z.B. sog. „Take-Home Exams“), Referate, Portfolioprüfungen und Seminar- und Abschlussarbeiten. Die unterschiedlichen Lehr- und Prüfungsmethoden sollen neben inhaltlichen Aspekten einen wichtigen Beitrag zur Persönlichkeitsentwicklung der Studierenden leisten. Die Lehr- und Lernformen werden in Abhängigkeit von Lernzielen definiert, die im Modulhandbuch festgelegt sind. Adäquate Prüfungsformen werden im Sinne eines „Constructive Alignments“ ebenfalls anhand von Lernzielen bestimmt.

b) Studiengangsspezifische Bewertung

Studiengang 01 Wirtschaftspsychologie (B.Sc.)

Sachstand

Das Curriculum des Studiengangs Wirtschaftspsychologie (B.Sc.) gliedert sich in zwei Phasen: Grundstudium (1.-4. Fachsemester) und Hauptstudium (5.-7. Fachsemester). Ziel des Grundstudiums ist es, anwendungsnah die Grundlagenkenntnisse in den drei Säulen *Wirtschaft*, *Psychologie* und *Methoden* zu vermitteln. Ziel des Hauptstudiums ist es, diese Grundlagen in Abhängigkeit der individuellen Berufsziele der Studierenden anzuwenden und zu vertiefen. Aus den drei zuvor genannten Säulen leitet sich die Studiengangs- und Abschlussbezeichnung ab.

Der Studienverlauf kann ab dem Hauptstudium individuell mittels Schwerpunktwahl, des Praxissemesters und des Bachelorarbeitsthemas gestaltet werden; dies bietet den Studierenden die Möglichkeit, sich auf eine individuelle Berufsperspektive zu spezialisieren. Neben den Pflichtmodulen, die im Studienplan ausgewiesen werden, sind drei von zehn angebotenen Schwerpunkten im Umfang von je 15 ECTS-Leistungspunkte abzulegen.

Das Curriculum des Studiengangs ist folgendermaßen aufgebaut (siehe § 4 SPO Wirtschaftspsychologie (B.Sc.):

(1a) Studienplan im Bachelorstudiengang Wirtschaftspsychologie ab Sommersemester 2022 (20221)

Module	Art der LV	ECTS	SWS im Fachsemester							Prüfungsleistung (P)	
			1	2	3	4	5	6	7		
Grundlagen der Wirtschaftswissenschaften ^{e1)}	SU, Ü	8	6								P (1K, 120 min) ¹⁾
Wirtschaftsmathematik und Statistik I	SU, Ü	12	6								P (1K)
Grundlagen der Psychologie ^{e1)}	SU, Ü	10	7								P (1K/1M/1PF) ³⁾
Internes Rechnungswesen und Investitionslehre ^{e1)}	SU, Ü	8		8							P (1K)
Wirtschaftsmathematik und Statistik II	SU, Ü	12		6							P (1K)
Persönlichkeitspsychologie ^{e1)}	SU, Ü	10		7							P (1K/1M/1PF) ³⁾
Personal ^{e1)}	Personalführung	SU, Ü	5		4						P (1K)
	Organisation		4		3						P (1K)
Forschungsmethoden ^{e1)}	SU, Ü	12			8 ²⁾						P (1K/1M/1PF) ³⁾
Allgemeine und biologische Psychologie ^{e1)}	SU, Ü	10			7						P (1K/1M/1PF) ³⁾
Unternehmensführung und Marketing ^{e1)}	SU, Ü	8				8					P (1K, 120 min)
Informationsmanagement, Programmierung und Informationstechnologie ^{e1)}	SU, Ü	10				6 ²⁾					P (1K/1ST/1RE) ³⁾
Sozialpsychologie ^{e1)}		12				7					P (1K/1M/1PF) ³⁾
Praxisseminar Einführung	SU/S	4					3				P (1K)
Praxisseminar Abschluss	SU/S						3				P (1BE, 1PP)
Praktisches Studiensemester		26									
Schwerpunkt I	SU, Ü	15						12			S. Abs. 2
Schwerpunkt II	SU, Ü	15						12			S. Abs. 2
Schwerpunkt III	SE	15							12		S. Abs. 2
Bachelorseminar ^{e1)}	SE	2							2		P (1PP)
Bachelorarbeit ^{e1)}	BA	12									P (1BA)
Summe		210	19	21	22	21	24	6	14		

- 1) und zusätzlich Unternehmensplanspiel (unbenotete Prüfungsleistung)
- 2) Die Module Forschungsmethoden und Informationsmanagement, Programmierung und Informationstechnologie können abweichend vom Studienplan entsprechend im 4. bzw. 3. Semester angeboten werden. Dies ist zum jeweiligen Vorlesungsbeginn hochschulöffentlich bekannt zu machen.
- 3) Es handelt sich um alternative Prüfungsformen, die zu Beginn eines jeden Semesters hochschulöffentlich bekannt gemacht werden; lediglich Studienarbeit (ST) kann gleichzeitig mit einem Referat (RE) angesetzt werden (= eine Prüfungsleistung, die aus zwei Arbeitsabschnitten besteht).
- e) auch in Englisch möglich (die Unterrichts- und Prüfungssprache ist zu Beginn eines jeden Semesters hochschulöffentlich bekannt zu machen)

- e) auch in Englisch möglich (die Unterrichts- und Prüfungssprache ist zu Beginn eines jeden Semesters hochschulöffentlich bekannt zu machen)
 ee) Die Unterrichts- und Prüfungssprache ist Englisch.

(2) Studienschwerpunkte gemäß Abs.1

Lfd. Nr.	Schwerpunkt	Schwerpunktmodule	Art der LV	Sprache	ECTS	SWS	Prüfungsleistungen	Jeweils im
1	Strategic Market Intelligence	Marktforschungsbasics	SU/Ü, S	d/e	7	6	P (1K)	WS
		Marktforschungsseminare	SU/Ü	d/e	8	6	P (1ST, 1RE)	
2	Organisationsentwicklung und Managementberatung	Grundlagen und Konzepte der Organisationsentwicklung und Managementberatung	SU/Ü, S	d/e	7	6	P (1K)	SS
		Anwendungsfelder in der Organisationsentwicklung und Managementberatung	SU/Ü	d/e	8	6	P (1ST, 1RE)	
3	Personalmanagement und Arbeitsrecht	Personalmanagement	SU/Ü	d	8	6	P (1K)	SS
		Arbeitsrecht	SU/Ü, S	d	7	6	P (1ST, 1RE)	
4	Entrepreneurship	Concepts of Innovation Management and Entrepreneurship	SU/Ü	e	5	4	P (1K)	WS
		Application of Entrepreneurship	S	e	10	8	P (1ST, 1RE)	
5	Consulting	Grundlagen und Konzepte der systemischen Organisationsentwicklung und Consulting	SU/Ü	d	7	6	P (1K)	WS
		Anwendungsfelder der systemischen Organisationsentwicklung und Consulting	S/SU/Ü	d	8	6	P (1ST, 1RE)	
6	Konsumentenpsychologie	Grundlagen der Konsumentenpsychologie	SU/Ü	d/e	6	5	P (1K/1PF) ¹⁾	SS (ab SS 23)
		Praxisprojekt Konsumentenpsychologie	S/SU/Ü	d/e	9	7	P (1ST/1RE/1PF) ¹⁾	
7	Kommunikation und Konfliktmanagement	Grundlagen der Kommunikationspsychologie und Gesprächsführung	SU/Ü	d	7	6	P (1K)	WS
		Anwendung im Bereich von Vorurteilen und Konflikten	S/SU/Ü	d/e	8	6	P (1ST, 1RE)	
8	Strategisches Markt- und Vertriebsmanagement	Vertriebsmanagement	SU/Ü	d	6	4	P (1ST, 1RE)	SS
		Vertriebskonzepte	S	d	9	7	P (1ST, 1RE)	
9	International Business Administration	International Finance and Accounting	SU	e	8	6	P (1K/1ST u./o. 1RE/1M) ¹⁾	WS und SS
		International Operations	SU	e	7	6	P (1K)	
10	Marketing, Branding and Strategy	Marken und Ideen	SU/Ü	d	6	4	P (1K)	WS
		Marketing und Konzeption	S	d	9	8	P (1ST, 1RE)	

1) Es handelt sich um alternative Prüfungsformen, die zu Beginn eines jeden Semesters hochschulöffentlich bekannt gemacht werden; lediglich Studienarbeit (ST) kann gleichzeitig mit einem Referat (RE) angesetzt werden (= eine Prüfungsleistung, die aus zwei Arbeitsabschnitten besteht).

Abkürzungen

- BA = Bachelorarbeit
- BE = Bericht
- d = deutsch
- d/e = deutsch und/oder englisch (die Unterrichts- und Prüfungssprache ist zu Beginn eines jeden Semesters hochschulöffentlich bekannt zu machen)
- e = englisch
- ECTS = Punkte nach dem European Credit Transfer System
- K = Klausur; 90 min, sofern nichts anderes festgelegt
- LV = Lehrveranstaltung
- M = mündliche Prüfung
- P = Prüfungsleistung
- PF = Portfolioprüfung
- PP = Präsentation
- RE = Referat
- S = Seminar
- SS = Sommersemester
- ST = Studienarbeit
- ST, RE = Studienarbeit und Referat als eine Prüfungsleistung
- SU = Seminaristischer Unterricht
- SWS = Semesterwochenstunden
- Ü = Übung
- WS = Wintersemester

Abbildung 1: Curriculum Wirtschaftspsychologie (B.Sc.)

Studiengang 02 Advanced Sales Management and Intelligence (M.Sc.)

Sachstand

Das Curriculum des Masterstudiengangs Advanced Sales Management and Intelligence (M.Sc.) gliedert sich in zwei Phasen: Theorieteil (1. und 2. Fachsemester) und praktische Umsetzung (3. Fachsemester). Ziel des Theorieteils ist es, die Grundlagenkenntnisse, Methoden und Modelle der drei Säulen *Sales*, *Data Intelligence* und *Compliance* zu vermitteln. Ziel des dritten Semesters

ist es, die erworbenen Kompetenzen in Abhängigkeit des jeweiligen Praxisprojektes anzuwenden und zu vertiefen. Aus den drei zuvor genannten Säulen leitet sich die Studiengangs- und Abschlussbezeichnung ab. Der Masterstudiengang hat aus Sicht der HNU einen hohen Anteil an quantitativen Elementen und befähigt die Studierenden zu wissenschaftlichem Arbeiten.

- Im Modul „Data Intelligence“ (6 ECTS-Leistungspunkte) werden Kompetenzen zu Big Data, multivariaten Methoden, Hypothesentests, t-Test, Chi-Quadrat-Verteilungen etc. vermittelt.
- Im Modul „Strategic Pricing Excellence“ (6 ECTS-Leistungspunkte) werden klassische Pricing Methoden gelehrt und die Studierenden führen ein Experiment durch, in welchem sie Hypothesen überprüfen.
- Weitere Lerninhalte aus den Bereichen „Forschungsmethoden“ und „quantitative Methoden“ werden im Rahmen des Moduls „Strategic Market Intelligence“ (10 ECTS-Leistungspunkte) vermittelt.

Das Curriculum des Studiengangs ist folgendermaßen aufgebaut (siehe § 4 SPO Advanced Sales Management and Intelligence (M.Sc.):

im Masterstudiengang SMI ab Sommersemester 2022 (20221)

Lfd. Nr.	Module (Bezeichnung)	Art der LV	ECTS	SWS			Prüfungsleistung
				1	2	3	
1	Grundlagen des Sales Managements	SU, Ü	6	4			P (1 K/StA/RE*)
2	Strategic Pricing Excellence	SU	6	4			P (1 K/RE*, 1RE)**
3	Grundlagen des Compliance Managements	SU, Ü	6	4			P (1 StA, 1 RE)
4	Business English (C1 e)	SU	6	5			P (1 K/M/RE*)
5	Data Intelligence e)	SU, Ü	6	4			P (1 K/StA/RE*)
6	Strategic Growth and Sales Management e)	SU	10		7		P (1 StA, 1 RE)
7	Strategic Market Intelligence e)	SU, PP	10		7		P (1 StA, 1 RE)
8	Compliance im Vertrieb	SU	10		6		P (1 K)
9	Konzeptionsseminar	PP	12			9	P (1 StA, 1 RE)
10	Master-Thesis	SU, Ü	18			2	P (1 MT, 1 RE(30 min))***
			90	20	20	11	

Abkürzungen

ECTS = Punkte nach dem European Credit Transfer System

K = Klausur (90min)

LV = Lehrveranstaltung

MT = Master Thesis

P = Prüfungsleistung

PP = Praxisprojekt

RE = Referat

StA = Studienarbeit

StA, Re = eine Prüfungsleistung, die aus einer Studienarbeit und Referat dazu besteht

SU = Seminaristischer Unterricht

SWS = Semesterwochenstunden

Ü = Übung

e) englischsprachig

*alternative Prüfungsform

** zwei Prüfungen, Gewichtung je 3 ECTS

***Gewichtung Master-Thesis 16 ECTS, Referat 2 ECTS

Abbildung 2: Curriculum Advanced Sales Management and Intelligence (M.Sc.)

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Studiengang 01 Wirtschaftspsychologie (B.Sc.)

Die Qualifikationsziele, die Studiengangsbezeichnung, der Abschlussgrad und -bezeichnung und das Modulkonzept sind stimmig aufeinander bezogen, soweit dies das Gutachtergremium in Anbetracht der nicht vollständig vorliegenden Schwerpunktmodule in dem Modulhandbuch beurteilen konnte (vgl. Auflagenempfehlung § 7). Das Studiengangskonzept umfasst vielfältige, an die jeweilige Fachkultur und das Studienformat angepasste Lehr- und Lernformen sowie ein Praxissemester.

Im Rahmen der Begehung sprach das Gutachtergremium mit dem Studiengangsleiter des Bachelorstudiengangs über den Einbezug der Leitlinien der *Gesellschaft für angewandte Wirtschaftspsychologie* (GWPs) und deren Umsetzung bzw. Reflexion. Gemäß der Leitlinien sollten in einem Wirtschaftspsychologiestudiengang 50 Prozent der Inhalte der Psychologie zugeordnet werden. Da drei aus zehn Schwerpunkten im Hauptstudium frei gewählt werden können, kann es sein, dass die psychologischen Anteile des Studiums weniger als 50 Prozent betragen, wenn die Studierenden überwiegend Module aus dem wirtschaftswissenschaftlichen Bereich belegen.

In ihrer Stellungnahme hat die Hochschule dargestellt, dass sie großen Wert darauf legt, dass nach einem für alle Studierenden verbindlichen Grundstudium (Semester 1-4) zahlreiche Möglichkeiten der Spezialisierung in den Schwerpunkten, im Praxissemester und in der Bachelorarbeit (Semester 5-7) gegeben werden. Ein wesentlicher Grund, warum sich Studierende für ein Studium bei der Hochschule entscheiden ist diese Möglichkeit der individuellen Ausgestaltung des Studienverlaufs. Gleichzeitig ist durch das viersemestrige Grundstudium sichergestellt, dass alle Studierenden in allen drei Säulen (Psychologie, Wirtschaft, Methoden) eine umfangreiche Grundausbildung erhalten. Im Hauptstudium respektiert die Hochschule es, wenn sich einzelne Studierende für einen Fokus auf die wirtschaftswissenschaftliche Säule des Studiengangs entscheiden. Faktisch handelt es sich hier um eine absolute Minderheit, da die Nachfrage nach dem psychologischen Angebot die Nachfrage nach dem wirtschaftswissenschaftlichen Angebot bei weitem übersteigt (sowohl bei Schwerpunkten, als auch bei Praktika und absehbar auch bei den Abschlussarbeiten).

In diesem Zusammenhang möchte die Hochschule auch betonen, dass das GWPs-Kriterium (mind. 50 Prozent der Inhalte des Studiengangs aus der Psychologie) wirklich nur bei sehr stringent wirtschaftswissenschaftlichem Wahlverhalten überhaupt verfehlt wird. Durch den hohen Anteil psychologischer Grundlagenfächer und psychologischer Methoden erwerben alle Studierenden verpflichtend bereits einen Großteil der benötigten ECTS-Leistungspunkte im psychologischen Bereich während des Grundstudiums. Allein ein praktisches Studiensemester in einer psychologischen Tätigkeit würde trotz Wahl dreier wirtschaftswissenschaftlicher Schwerpunkte ausreichen, um das GWPs-Kriterium zu erreichen.

Das Gutachtergremium kann den Ausführungen der Hochschule folgen. Es empfiehlt bei einer Weiterentwicklung des Studiengangs diesen Punkt weiterhin im Auge zu behalten.

Die Modulbeschreibung des Moduls Forschungsmethoden enthält die drei Lehrveranstaltungen *Wissenschaftstheoretische Grundlagen und angewandte Forschungsmethoden*, *Testtheorie und Big Data (Data Mining)*, und *Übung zu Big Data*. Die Ausführungen zu den Qualifikationszielen und Inhalten der Lehrveranstaltung *Wissenschaftstheoretische Grundlagen und angewandte Forschungsmethoden* beinhaltet jedoch nur wenige Angaben bzw. Inhalte in Bezug auf Forschungsmethoden. Dies spiegelt sich auch in der fehlenden Literaturangabe hierzu wider. Die Ausführun-

gen zu den Qualifikationszielen und Inhalten der Lehrveranstaltung *Testtheorie und Big Data* beinhalten keine Angaben bzw. Inhalte in Bezug auf den Bereich Testtheorie (z.B. klassische Testtheorie, probabilistische Testtheorie). Dies spiegelt sich auch in der fehlenden Literaturangabe hierzu wider; die Literaturangabe enthält ausschließlich Literatur zum Bereich Machine Learning.

Das Gutachtergremium hält es für sinnvoll, die Ausführungen zu den Qualifikationszielen und Inhalten der Modulbeschreibung des Moduls *Forschungsmethoden* im Hinblick auf die Forschungsmethoden umfangreicher zu gestalten. Die Ausführungen zu den Qualifikationszielen und Inhalten der Lehrveranstaltung *Testtheorie und Big Data* beinhalten keine Angaben bzw. Inhalte in Bezug auf den Bereich Testtheorie.

Einer der angebotenen Schwerpunkte ist der Schwerpunkt *Kommunikation und Konfliktmanagement*. Eine der beiden Schwerpunktmodule, aus denen sich der Schwerpunkt zusammensetzt, trägt die Bezeichnung *Grundlagen der Kommunikationspsychologie und Gesprächsführung*. Der Schwerpunkt *Kommunikation und Konfliktmanagement* könnte nach Ansicht des Gutachtergremiums in *Kommunikationspsychologie und Konfliktmanagement* oder *Kommunikations- und Konfliktpsychologie* umbenannt werden. Eine Lehrveranstaltung des Moduls trägt bereits die Bezeichnung *Grundlagen der Kommunikationspsychologie und Gesprächsführung*. Die Umbenennung des Schwerpunkts würde dazu beitragen, die psychologischen Inhalte hervorzuheben.

Entscheidungsvorschlag

Nicht erfüllt, in dem Modul *Forschungsmethoden* die Angaben bzw. Inhalte zu den Forschungsmethoden nicht enthalten sind. Das Gutachtergremium schlägt folgende Auflage vor:

Die Hochschule stellt die Ergänzung der Angaben bzw. Inhalte zu den Forschungsmethoden in dem Modul *Forschungsmethoden* sicher.

Studiengang 02 Advanced Sales Management and Intelligence (M.Sc.)

Das Studiengangskonzept umfasst vielfältige, an das Studienformat angepasste Lehr- und Lernformen. Der Abschlussgrad für den Masterstudiengang ist der „Master of Science“ (vgl. § 4).

Die Studiengangsbezeichnung „Advanced Sales Management and Intelligence“ ist nach Ansicht des Gutachtergremiums stimmig. Die schwerpunktmäßige Verortung der drei Themenbereiche *Sales Management*, *Compliance* und *Data Intelligence* könnte jedoch noch stärker im Curriculum abgebildet werden. Das Gutachtergremium gibt daher die Anregung, den Anteil der Lehre im Bereich *Intelligence*, der 16 von 90 ECTS-Leistungspunkten beträgt, zu erhöhen. Des Weiteren schlägt das Gutachtergremium vor, den Bereich *Compliance* in den Modulen zu reduzieren. Stattdessen könnten Themen wie „rechtliche Grundlagen“ und „digitaler Vertrieb“ stärker behandelt werden.

Das Gutachtergremium schlägt die prominentere Aufnahme von Social Media Marketing sowie Sales Automation in das Curriculum vor um Themen der Digitalisierung im Curriculum zu stärken.

Entscheidungsvorschlag

Erfüllt.

Mobilität ([§ 12 Abs. 1 Satz 4 BayStudAkkV](#))

a) Studiengangsübergreifende Aspekte

Das International Office der HNU informiert, betreut und unterstützt Studierende bei ihren Auslandsplänen bzgl. Praktikum, Abschlussarbeit und Studium. Es vermittelt Studierende an Partnerhochschulen weltweit. Die Hochschule nimmt am Erasmus+ Programm der Europäischen Union teil und kooperiert mit 108 Partnerhochschulen weltweit, von denen 76 einen Studierendenaustausch ermöglichen.⁴

b) Studiengangsspezifische Bewertung

Studiengang 01 Wirtschaftspsychologie (B.Sc.)

Sachstand

Die Studien- und Prüfungsordnung § 3 Abs. 5 regelt, dass Studien- und Prüfungsleistungen im Umfang von 15 ECTS-Leistungspunkten, die im Ausland erbracht werden, zu einem Auslandsschwerpunkt zusammengefasst werden können. Der Auslandsschwerpunkt wird anerkannt, wenn im Ausland Kompetenzen aus dem betriebswirtschaftlichen bzw. psychologischen Bereich auf dem Niveau fortgeschrittener Bachelorkurse im Umfang von mind. 15 ECTS-Leistungspunkten erworben werden. Die Anerkennung ist vorab zu beantragen. Zudem besteht die Möglichkeit das Praxissemester entweder im 5. oder im 6. Fachsemester bei einem Unternehmen im Ausland zu absolvieren, ohne dass dadurch ein Zeitverlust entsteht.

Studiengang 02 Advanced Sales Management and Intelligence (M.Sc.)

Sachstand

Im Masterstudiengang Advanced Sales Management and Intelligence (M.Sc.) besteht die Möglichkeit, die Masterarbeit je nach individueller Präferenz bereits parallel zum Konzeptionsseminar zu absolvieren oder später, ohne dass dadurch Nachteile entstehen. Ferner kann die Masterarbeit bei einem Unternehmen im Ausland absolviert werden. Zusätzlich ist es möglich, dass Konzeptionsseminare mit Unternehmen im Ausland stattfinden. In diesem Fall ist geplant, die abschließende Präsentation ebenfalls dort abzuhalten.

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Aufgrund der vielfältigen Kooperationen und der Teilnahme am Erasmus-Programm liegen nach Auffassung des Gutachtergremiums alle Voraussetzungen und Rahmenbedingungen für einen Auslandsaufenthalt der Studierenden ohne Zeitverlust vor. Dadurch, dass die Regelstudienzeit im Masterstudium nur drei Semester beträgt, können die Studierenden im Rahmen eines Auslandsaufenthaltes zum Beispiel ihre Masterarbeit im Ausland absolvieren, anstelle der Teilnahme an einem Auslandssemester.

Die Studierenden, die während der Begehung befragt wurden, hatten die Möglichkeit eines Auslandsaufenthaltes bisher nicht in Anspruch genommen bzw. diesen geplant. Dies liegt zum einen

⁴ [Partnerhochschulen - Hochschule Neu-Ulm \(hnu.de\)](#) (abgerufen am 16. August 2022)

daran, dass sich einige der Studierenden in den ersten Semestern ihres Studiums befinden und zum anderen durch den pandemiebedingten Verzicht auf Auslandsaufenthalte.

Entscheidungsvorschlag

Erfüllt.

Personelle Ausstattung ([§ 12 Abs. 2 BayStudAkkV](#))

a) Studiengangübergreifende Aspekte

Die Professorinnen und Professoren beider Studiengänge verfügen über eine qualifizierte und einschlägige Promotion sowie über eine mindestens fünfjährige berufliche Praxiserfahrung in der Zeit vor ihrer Berufung. Ihre pädagogischen und didaktischen Qualifikationen werden im Rahmen des Berufungsverfahrens überprüft (vgl. Prozessleitfaden für Berufungsverfahren der HNU). Bei den Lehrbeauftragten wird neben der Praxiserfahrung auf eine entsprechende wissenschaftliche Qualifikation geachtet; ihnen ist zudem eine hauptamtliche Lehrkraft zugeordnet, die im Rahmen eines Coachings unterstützt („Mentorin oder Mentor“). Lehrbeauftragte werden nach Möglichkeit längerfristig in die Studiengänge eingebunden, um Kontinuität und Qualität sicherzustellen und weiter zu verbessern.

Allen Lehrenden stehen Weiterbildungsmöglichkeiten zur Verfügung, die vom BayZiel-Didaktikzentrum in Ingolstadt angeboten werden und mit Zertifizierungen abschließen. Jede neu berufene Professur absolviert dort verpflichtende Grundlagenseminare in Hochschuldidaktik und Hochschulrecht. Weiterbildungen im Rahmen der digitalen Lehre werden vom hochschuleigenen Zentrum für IT und Digitalisierung angeboten (vgl. Ressourcenausstattung (§ 12 Abs. 3 BayStudAkkV)). Ferner finden regelmäßige Netzwerktreffen zum Austausch von Best Practices in der digitalen Lehre an der HNU statt – hier werden z.B. praktische Tipps zur konkreten Gestaltung von digitalen Prüfungsformen vermittelt. Durch Fortbildungssemester wird den Lehrenden zudem die Möglichkeit gegeben, tiefer in ein Fachgebiet bzw. in aktuelle Themen einzusteigen und die betreffenden Erkenntnisse in die Lehre einfließen zu lassen. Viele der Professorinnen und Professoren verfügen über einschlägige wissenschaftliche Fachkenntnisse, die in Fachbeiträgen (Artikel, Buchbeiträge, Konferenzen) nachgewiesen sind und als Kriterium in Berufungsprozessen zugrunde gelegt werden (vgl. Selbstbericht Seite 23).

b) Studiengangsspezifische Bewertung

Studiengang 01 Wirtschaftspsychologie (B.Sc.)

Sachstand

Im Studiengang Wirtschaftspsychologie (B.Sc.) lehren zur Zeit zwei Professorinnen und Professoren aus dem Fachbereich Psychologie mit ihrem gesamten. Derzeit läuft ein Berufungsverfahren für eine dritte Psychologieprofessur (Organisation und Personal), die zum Wintersemester 2023 beginnen soll. Im Rahmen der Begehung wurde mitgeteilt, dass eine weitere vierte Psychologieprofessur für den Studiengang in Planung ist, deren Lehrverpflichtung anteilig dem zu akkreditierenden Bachelorstudiengang zugeordnet werden soll. Zusätzlich dazu sind sieben Professorinnen und Professoren aus dem Fachbereich Wirtschaftswissenschaften mit einem Teil ihres Deputats im Studiengang eingesetzt. In Abhängigkeit davon, welche Schwerpunkte die Studierenden im sechsten Semester wählen, werden entsprechend noch weitere Professorinnen und

Professoren aus dem Fachbereich Wirtschaftswissenschaften im Studiengang lehren und werden dabei gemischte Studierendengruppen gemeinsam mit dem Studiengang Betriebswirtschaft (B.A.) unterrichten, um den interdisziplinären Austausch zu fördern. Derzeit lehren im Studiengang drei Lehrbeauftragte Lehrdeputat (vgl. Übersicht Lehrquote des Studiengangs).

Studiengang 02 Advanced Sales Management and Intelligence (M.Sc.)

Sachstand

Im Studiengang Advanced Sales Management and Intelligence (M.Sc.) lehren zur Zeit sechs Professorinnen und Professoren: zwei Professoren aus dem Fachbereich Data Analytics, zwei weitere aus dem Bereich Compliance, eine Professorin aus dem Bereich Sprachwissenschaft (Business English) sowie ein Forschungsprofessor, der neben seinen Forschungsaktivitäten auf dem Gebiet „Vertrieb und Künstliche Intelligenz“ dieses Gebiet in den jeweiligen Lehrveranstaltungen betreut. Alle Professorinnen und Professoren unterrichten in diesem Studiengang mit einem Teil ihres Deputats. Derzeit lehrt im Studiengang ein Lehrbeauftragter (vgl. Übersicht Lehrquote des Studiengangs).

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Das Gutachtergremium konnte sich basierend auf den zur Verfügung gestellten Unterlagen und der Begutachtung davon überzeugen, dass die notwendige Lehrkapazität für die Studiengänge vorhanden ist. In den Studiengängen wird fachlich und methodisch-didaktisch qualifiziertes Lehrpersonal eingesetzt. Das Gutachtergremium konnte sich auch davon überzeugen, dass die Hochschule geeignete Maßnahmen zur Personalauswahl und -qualifizierung ergreift. Im Rahmen der Begehung vor Ort wurde deutlich, dass die Kommunikation zwischen den Lehrenden, auch mit und zwischen den Lehrbeauftragten, gut funktioniert. Die Einrichtung einer dritten Psychologieprofessur im Wintersemester 2022/2023 im Bachelorstudiengang sowie eine geplante vierte Professur mit Lehranteil im Studiengang Wirtschaftspsychologie (B.Sc.) beurteilt das Gutachtergremium als positiv. Die Verbindung von Forschung und Lehre wird insbesondere durch die hauptberuflich tätigen Professorinnen und Professoren gewährleistet.

Entscheidungsvorschlag

Erfüllt.

Ressourcenausstattung ([§ 12 Abs. 3 BayStudAkkV](#))

Sachstand

Die Hochschule stellt die folgenden Ressourcen zu Verfügung (vgl. Selbstbericht Seiten 25-29):

Personelle Ressourcen im nichtwissenschaftlichen bzw. administrativen Bereich

Für Studieninteressierte bietet das Referat „Studium und Prüfung“ eine Beratungsstelle, die individuelle Beratungstermine ermöglicht und die Hochschule auf Karrieremessen vertritt. Für Bewerberinnen und Bewerber hat das Referat einen weiteren Mitarbeitenden im Einsatz, der/die den gesamten Bewerbungsprozess betreut. Für eingeschriebene Studierende übernimmt eine Ansprechperson des Referats die verwaltungsseitige Betreuung, insbesondere hinsichtlich Fra-

gen der Studien- und Prüfungsordnung. Studierende, die einen Auslandsaufenthalt planen, können auf das Beratungsangebot des International Office zurückgreifen. Auf der Ebene der Fakultät Wirtschaftswissenschaften übernehmen die Fakultätssekretärinnen alle Aufgaben, die die Organisation des Studienablaufs betreffen. Dazu gehören insbesondere die Stundenplanerstellung, die Raumplanung und organisatorische Betreuung der Schwerpunktwahl der Studierenden. Für Studierende mit besonderen Belangen hält die HNU eigene Betreuungs- und Beratungsangebote im Beratungs- und Informationszentrum für Persönliches, Familie und Soziales (BIZEPS) bereit (siehe §15 Geschlechtergerechtigkeit und Nachteilsausgleich).

Gebäude

Die Hochschule Neu-Ulm ist eine Campushochschule, die über drei Gebäude auf dem Campus verfügt; dazu kommt die Nutzung des Hochschulzentrums Vöhlinschloss in Illertissen, insbesondere für Veranstaltungen mit externen Partnern oder Veranstaltungen mit Konferenzcharakter:

- Gebäude A: Das Hochschulgebäude, das ein innovatives Energiekonzept mit hoher Funktionalität und ansprechendem Design verbindet, befindet sich auf einem Campusgelände. Im Erdgeschoss liegen Mensa, Bibliothek (Erweiterung auf das erste Geschoss ist aktuell in Arbeit) und drei große Hörsäle. In den beiden Obergeschossen befinden sich 16 weitere Hörsäle, 14 Seminarräume, sieben EDV-Labore mit moderner medientechnischer Ausstattung sowie sechs Arbeits- und Aufenthaltsräume für Studierende.
- Gebäude B: Das Gebäude B bietet Raum für 1.000 Studierende und rund 40 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aus Lehre und Verwaltung. Neben einer Cafeteria sind in diesem Gebäude Seminar- und EDV-Räume, Büroräume, Gruppenarbeitsräume, ein Sozialraum für die Mitarbeitenden und Labore sowie das Medienzentrum untergebracht.
- Edison Center: Das Edison Center verfügt über Seminarräume und Büros für Fakultätsmitglieder und Mitarbeitende.
- Hochschulzentrum Vöhlinschloss Illertissen: Das Hochschulzentrum Vöhlinschloss steht seit 2009 den schwäbischen Hochschulen Augsburg, Kempten und Neu-Ulm als Ort der akademischen Aus- und Weiterbildung, der Forschung und der Vernetzung zwischen Wissenschaft und Wirtschaft in der Region Bayerisch-Schwaben zur Verfügung.
- Ausstattung der Unterrichtsräume: Zur Standardausstattung der Hörsäle und Seminarräume in den Gebäuden A, B und im Edison Center, gehören Whiteboard, Beamer, PC, Visualizer, Flipchart und Pinnwände. Die EDV Labore sind mit Whiteboard, Beamer und Visualizer ausgestattet.

Bibliothek

Die Bibliothek befindet sich im Gebäude A im Erdgeschoss. Der Lesesaal hat insgesamt 78 Lern- und Arbeitsplätze, bestehend aus Einzelarbeitsplätzen sowie sechs Lernkabinen. Die Hochschulbibliothek hat einen Print-Bestand von 63.342 Monographien und 137 gedruckten Zeitschriften- und Zeitungsabonnements. Darüber hinaus bietet sie Zugang zu 11.164 elektronischen Zeitungen und Zeitschriften im Volltext sowie zu 64.204 E-Books. Ein Viertel des Bestandes ist englischsprachig. Die Hochschulbibliothek bietet eine Vielzahl an Datenbanklizenzen an, die den Kundinnen und Kunden Zugriff auf Zeitungs- und Zeitschriftenaufsätze, statistische Daten und Firmendaten und auf Gesetzestexte und Gerichtsurteile ermöglicht, sowie eine Technikausleihe,

d.h. die Bibliothek verleiht Adapter, Powerbanks, Kopfhörer und Presenter. Darüber hinaus bietet die Bibliothek eine Fernleihe an. Der über das Internet verfügbare Onlinekatalog enthält alle in der Bibliothek verfügbaren Medien, d.h. Printmedien, E-Books, Zeitschriftentitel, DVDs, Hörbücher und Videos. Der Zugriff auf Datenbanken und E-Books ist campusweit und für alle Hochschulangehörigen auch von zu Hause aus möglich. Die Anschaffungsvorschläge für die Fachliteratur kommen von Fakultätsmitgliedern, Hochschulmitarbeitenden, Studierenden und der Bibliothek. Beschaffung, Erschließung und Bereitstellung der Medien erfolgen zentral durch die Bibliothek. Fachliche Schwerpunkte sind die Wirtschaftswissenschaften, Gesundheitsmanagement, Informatik/EDV, Recht und Sprachen. Die Bibliothek verfügt über ein Schulungs- und Beratungsangebot in deutscher und englischer Sprache, auch zur Nutzung der beiden Literaturverwaltungssoftwareprogramme „Citavi“ und „EndNote“ und zu den lizenzierten Datenbanken. Für die Anfertigung ihrer Abschlussarbeit können Studierende Einzelberatungstermine im Rahmen einer Schreibberatung buchen.

Für den Studiengang Wirtschaftspsychologie (B.Sc.) werden die Volltext-Datenbanken PsycArticles, PsycInfo und PsyJournals der amerikanischen APA (American Psychological Association) bereitgestellt. Im E-Book-Bereich erwirbt die Bibliothek z.B. Campuslizenzen des E-BookPaketes „Psychologie“ des Springer-Verlages sowie zusätzliche Lehrbücher mit Campus-Lizenzen oder in Print.

Für den Masterstudiengang Advanced Sales Management and Intelligence (M.Sc.) bietet die Bibliothek eine Reihe von spezifischen Datenbanken, v.a. im Vertriebs-, KI- und ComplianceBereich an. Lizenziert werden u.a. folgende Volltext-Datenbanken:

- Euromonitor Passport (englischsprachig, Verbraucher-, Marktforschungs- und Vertriebsthemen, Dashboards)
- IEEE Electronic Library (englischsprachig, für KI und BigData-Themen)
- COMPLIANCE digital (deutschsprachig, Fachzeitschriftenartikel, Rechtsprechung)
- abi/inform

Zentrum für IT und Digitalisierung

Das Zentrum für IT und Digitalisierung (ZID) betreibt zentrale Server für die Studierenden und Mitarbeitenden aller Fakultäten. Es bietet File-, Print-, Web-, Datenbank-, Mail-, Internet-, Backup sowie E-Learning-Dienste an. Da alle Rechner hochschulweit vernetzt sind, kann Standardsoftware (z. B. Microsoft Office) im Rahmen der Campuslizenz genutzt werden. Alle Studierenden und Mitarbeitenden der Hochschule können für den zentralen Sync+Share-Dienst vom Leibniz-Rechenzentrum in München einen Zugang erhalten und dort zentral Dokumente speichern bzw. teilen. Die Betreuung der Studierenden bei allgemeinen EDV-Fragen übernehmen die Mitarbeitenden des ZID und studentische Hilfskräfte. Die Einführungen in fachspezifische Softwaretools erfolgen in der Regel innerhalb der Lehrveranstaltungen bzw. durch die für die jeweiligen Labore zuständigen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Zentrum für Digitale Lehre

Zusätzlich zum ZID kann das Zentrum für Digitale Lehre zu allen Fragen rund um digitale Lehr-/Lernmethoden an der HNU kontaktiert werden: Als Serviceeinrichtung berät und begleitet es bei der Konzeption und Realisierung von E-Learning/Blended-Learning-Vorhaben und unterstützt bei

der Produktion von E-Learning Content, beispielsweise in Form von kurzen Lernvideos, interaktiven Lernmodulen oder auch bei der Aufzeichnung ganzer Vorlesungen.

Labore und Forschungsinfrastruktur der Hochschule

- **Innovation Space:** Der Innovation Space der Hochschule Neu-Ulm steht allen gründungsaffinen Studierenden der Hochschule offen, um Lösungen für die Herausforderungen der digitalen Welt zu finden und zu erproben. Dazu werden Methoden und Prozesse aus Design Thinking, User Experience Design und Lean Management genutzt und wo nötig mit digitalen Technologien umgesetzt, um neue Lösungen für die digitale Transformation effizient zu gestalten und an den Bedürfnissen der Nutzerinnen und Nutzer auszurichten. Die Räume und die Ausstattung sind speziell für die Anforderungen von dynamischen und kooperativen Prozessen, zum Bau von Prototypen, für die Nutzung von 3D-Druckern zur Visualisierung von virtuellen Prototypen und die dazugehörigen Produktionsstätten ausgestattet.
- **Medienzentrum:** Das Medienzentrum ermöglicht innovative Darstellungsformate für verschiedene Inhalte zu entwickeln, zu produzieren und in einem iterativen Prozess zu untersuchen, wie diese bei verschiedenen Zielgruppen ankommen. Die aktuellen Arbeitsgebiete sind:
 - Entwicklung innovativer Darstellungsformen für online und mobile (aktueller Schwerpunkt: Wirtschaft- und Finanzthemen für die Generation Z)
 - Datenbank digitaler Tools zu Erstellung zielgruppengerechter Inhalte Online
 - Weiterbildung und E-Learning in verschiedenen Bereichen, u. a. Mobile Reporting, Wirtschaft-, Finanz- und Verbraucherjournalismus
 - Nationaler und internationaler Austausch relevanter ForschungsergebnisseDas Medienzentrum verfügt über einen Newsroom, ein Aufnahmestudio inkl. angeschlossener Regie sowie zwei Nachbearbeitungsräume. Die Räume sind multifunktional nutzbar und mit moderner Technik ausgestattet. Im Medienlabor können professionelle Audio- und Videoaufnahmen realisiert und nachbearbeitet werden. Aktuell betreuen 1,5 VZÄ-Medientechniker das Labor.
- **UX-Testing und Usability Labor:** Das UX-Testing und Usability Labor bieten einen geeigneten Raum, um alle gängigen UsabilityErhebungsmethoden zu ermöglichen und komplexe User Experience Prozesse abzubilden. Mit seiner spezifischen Ausstattung ist das Labor für ein breitgefächertes Einsatzszenario in Lehre und praxisrelevanter Forschung ausgelegt. Die Besonderheit des Labors ist die Ausstattung mit mehreren hochmodernen Eyetracking-Systemen: Der stationäre Eyetracker TOBII T60 ermöglicht dabei die effiziente Untersuchung von screen-basierten Anwendungen wie z.B. Websites oder Software-systemen. Tablet- oder Smartphone-Anwendungen können mit Hilfe des mobilen Eyetrackers TOBII X60 studiert werden. In mobilen Szenarien außerhalb des Labors finden sowohl das Headmounted-System TOBII Glasses als auch die leichten Eyetracker-Brillen von Pupil Labs ihr Einsatzgebiet. Weiterhin ist das Labor mit einer Reihe von technischen Hilfsmitteln wie z.B. fernsteuerbaren, hochauflösenden Deckenkameras und Grenzflächenmikrofonen und Rechnern mit spezifischer Beobachtungsdokumentations-Software ausgestattet.

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Die Verwaltungsunterstützung für Studierende und Lehrende bewertet das Gutachtergremium als angemessen. Die adäquate Durchführung der Studiengänge ist hinsichtlich der Literaturlausstattung und dem Zugang zu digitalen Medien und relevanten Datenbanken sowie der Öffnungszeiten und Betreuungsangebote der Bibliothek gesichert. Die Ressourcenausstattung inklusive der Techniknutzungsmöglichkeiten werden vom Gutachtergremium als sehr gut bewertet. Im Rahmen der Vor-Ort-Begutachtung hat das Gutachtergremium die Räumlichkeiten der HNU besichtigt. Das UX-Testing und Usability Labor sowie das Medienzentrum wurden als äußerst zukunftsweisend bewertet.

Entscheidungsvorschlag

Erfüllt.

Prüfungssystem ([§ 12 Abs. 4 BayStudAkkV](#))

Die Prüfungen und Prüfungsformen sind laut Angaben der Hochschule modulbezogen und kompetenzorientiert und werden in §21 der allgemeinen Prüfungsordnung definiert. Aus den Lernzielen folgt im Sinne eines „Constructive Alignments“ die Definition der jeweils bestgeeigneten Prüfungsform für das jeweilige Modul. Als Konsequenz kommen diverse Leistungsüberprüfungen in den zu akkreditierenden Studiengängen zum Einsatz: Klausuren, mündliche Prüfungen, Referate/Präsentationen vor Unternehmensvertretern, schriftliche Ausarbeitungen, Portfolioprfungen und auch digitale Prüfungen (z.B. „TakeHome Exams“, Moodle-Tests, mündliche Fernprüfungen oder digitale Präsentationen). So kann sichergestellt werden, dass die Studierenden im Studienverlauf diverse Kompetenzen entwickeln und verfeinern. Die Prüfungsformen werden im Semesterturnus im Rahmen der Prüfungskommission unter den Lehrenden der beiden Studiengänge evaluiert und weiterentwickelt. Die für das Erlangen der ECTS-Leistungspunkte zu absolvierenden Prüfungsleistungen sind in § 4 der jeweiligen SPO festgehalten (vgl. Curriculum § 12 Abs. 1 Sätze 1 bis 3 und 5).

Als Teil der Lehrveranstaltungsevaluation werden auch Lernziele und Prüfungsformen mit den Studierenden diskutiert. Auf Ebene der Hochschule werden zudem Studierendenumfragen zu digitalen Prüfungsformaten durchgeführt, um die Studierendenmeinung mit einzubeziehen. Innerhalb einer Prüfungsform kann zudem über die Aufgabenstellung differenziert werden, auf welcher Ebene der Lerntaxonomie Kompetenzen abgeprüft werden – d.h. bei einer Klausur können zum Beispiel sowohl Wissensfragen (untere Stufe) als auch Anwendungsfragen (mittlere Stufe) und Bewertungen (hohe Stufe) zum Einsatz kommen. Im Rahmen der didaktischen Weiterbildung (BayZiel-Didaktikzentrum, Zentrum für IT und Digitalisierung, Zentrum für Digitale Lehre) werden die hierfür erforderlichen didaktischen Kenntnisse an das Lehrpersonal der Studiengänge vermittelt. Im Rahmen der Leistungsüberprüfung wird in den beiden Studiengängen Wert auf lernzielorientierte Didaktik gelegt und insbesondere im Masterstudiengang zusätzlich auf der Vermittlung von Kompetenzen. Letztere werden vornehmlich durch die Konzeptionsseminare vermittelt und geprüft (vgl. Selbstbericht Seite 30).

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Das Gutachtergremium ist der Ansicht, dass die definierten Lernziele durch die angegebenen Prüfungsleistungen zutreffend abgefragt werden und entsprechend aufeinander abgestimmt sind. Die Prüfungen sind modulbezogen.

Um die Lernergebnisse kompetenzorientiert abzu prüfen, wird eine adäquate Mischung an Prüfungsleistungen eingesetzt, was das Gutachtergremium als positiv erachtet. Insbesondere durch die Portfolioprüfungen im Bachelorstudiengang und im Masterstudiengang im Konzeptionsseminar durch die Studienarbeit und das Referat wird das kompetenzorientierte Lernen unterstützt.

Entscheidungsvorschlag

Erfüllt.

Studierbarkeit ([§ 12 Abs. 5 BayStudAkkV](#))

a) Studiengangsübergreifende Aspekte

Um die Studierbarkeit zu gewährleisten, achtet die Hochschule laut Eigenaussage auf eine plausible Workload-Berechnung und eine adäquate und angemessene Prüfungsdichte. Die Lehrveranstaltungsevaluation enthält auch eine Erfassung des Workloads (vgl. Studienerfolg (§ 14 BayStudAkkV)). Eine Überschneidung von Prüfungen innerhalb der Prüfungswochen wird vermieden. Prüfungen finden grundsätzlich auf Modulebene statt – einzelne Lehrveranstaltungen werden im Rahmen einer Gesamtklausur mit mehreren Teilprüfungen kombiniert.

b) Studiengangsspezifische Bewertung

Studiengang 01 Wirtschaftspsychologie (B.Sc.)

Sachstand

Die Verteilung der ECTS-Leistungspunkte über die sieben Studiensemester liegt nahezu konstant bei 30 ECTS-Leistungspunkten. Zwei Module haben einen Umfang von weniger als fünf ECTS-Leistungspunkten:

- Praxisseminar Einführung + Abschluss (vier ECTS-Leistungspunkte)
- Bachelorseminar (zwei ECTS-Leistungspunkte)

Diese beiden Module sind jeweils begleitende Module zum Praxissemester bzw. zur Bachelorarbeit, um die Studierenden auch in dieser Phase zu unterstützen und zu betreuen. Der wesentliche Teil der Leistungserbringung findet im *Praktischen Studiensemester* bzw. in der Bachelorarbeit selbst statt, weshalb hier ein Umfang von weniger als fünf ECTS-Leistungspunkten gerechtfertigt ist (vgl. Modularisierung (§ 7 BayStudAkkV)).

Wiederholungsprüfungen werden jedes Semester angeboten, um ein zügiges Nachholen nicht bestandener Prüfungen zu ermöglichen.

Als Indikator für die Studierbarkeit des Studiengangs gibt die HNU die große Anzahl an Studierenden an, die innerhalb der Regelstudienzeit im Studiengang voranschreiten:

- Von den 114 Studierenden, die im Sommersemester 2022 im 5. Fachsemester des Studienganges Wirtschaftspsychologie (B.Sc.) stehen, haben 61 Studierende \geq 121 ECTS-

Leistungspunkte erlangt. In den ersten vier Semestern können laut Studienplan 121 ECTS-Leistungspunkte erworben werden (vgl. § 4 Studien- und Prüfungsordnung). 38 Studierende haben mindestens 70 ECTS-Leistungspunkte erworben und 15 Studierende haben weniger als 70 ECTS-Leistungspunkte erworben. Durch die Corona-Sonderregelungen haben alle Studierenden noch vier Semester Zeit, um die fehlenden ECTS-Leistungspunkte zu erlangen.

- Von den 50 Studierenden, die sich im 3. Fachsemester (Sommersemester 2022) befinden, haben 30 Studierende die maximal mögliche Anzahl an ECTS-Leistungspunkten (60 nach zwei Semestern) erlangt. 15 Studierende befinden sich im Bereich von 30-52 ECTS-Leistungspunkten und fünf Studierende haben weniger als 30 ECTS-Leistungspunkte erreicht und haben noch zwei Semester Zeit, um die fehlenden ECTS-Leistungspunkte zu erlangen.

Studiengang 02 Advanced Sales Management and Intelligence (M.Sc.)

Sachstand

Die Verteilung der ECTS-Leistungspunkte über die drei Studiensemester liegt konstant bei 30 ECTS-Leistungspunkten. Jedes Modul hat einen Umfang von mindestens fünf ECTS-Leistungspunkten.

Da der Masterstudiengang Advanced Sales Management and Intelligence (M.Sc.) erstmalig im Sommersemester 2022 angeboten wird und zu diesem Zeitpunkt erstmals Erstsemester aufgenommen wurden, fehlt der HNU als Indikator für die Studierbarkeit des Studiengangs die Zahl an Studierenden, die innerhalb ihrer Regelstudienzeit im Studiengang voranschreiten/abschließen werden. Im vergleichbar strukturierten, bereits etablierten Masterstudiengang Advanced Management (M.Sc.), insbesondere mit dem Schwerpunkt International Brand and Sales Management, absolviert die große Mehrheit der Studierenden ihr Studium im Rahmen der Regelstudienzeit. Abweichungen im Hinblick auf eine längere Dauer ergeben sich vor allem durch freiwillige Praxissemester im In- und Ausland.

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Das Gutachtergremium erachtet die Studierbarkeit als gewährleistet. Es kommt zu diesem Ergebnis auf Basis der Informationen, die zum Zeitpunkt der Erstakkreditierung vorliegen. Ein plausibler und der Prüfungsleistung angemessener durchschnittlicher Arbeitsaufwand ist sichergestellt. In den Gesprächen mit den Studierenden konnte sich das Gutachtergremium davon überzeugen, dass der Workload angemessen ist. Dieser Eindruck bestätigte sich durch die Tatsache, dass die Mehrheit der Studierenden innerhalb der Regelstudienzeit in den Studiengängen voranschreiten. Die Module weisen einen Umfang von mindestens fünf ECTS-Leistungspunkten auf, die Ausnahmen wurden dem Gutachtergremium schlüssig begründet.

Aufgrund der Studiengangstruktur ist die Überschneidungsfreiheit und zeitliche Unabhängigkeit von Lehrveranstaltungen und Prüfungen gegeben. Das Gutachtergremium bewertet die Prüfungsdichte und -organisation als adäquat und belastungsangemessen. Die Studiengänge sind so ausgestaltet, dass sie nach Einschätzung des Gutachtergremiums von den Studierenden innerhalb der Regelstudienzeit abgeschlossen werden können. Der Studienbetrieb ist planbar und verlässlich.

Entscheidungsvorschlag

Erfüllt.

Besonderer Profilanpruch ([§ 12 Abs. 6 BayStudAkkV](#))

Sachstand

Studiengang 01 Wirtschaftspsychologie (B.Sc.)

Der nicht berufsbegleitende Bachelorstudiengang der Hochschule Neu-Ulm kann als sogenanntes „Studium mit vertiefter Praxis“ studiert werden (vgl. Studien- und Prüfungsordnung Wirtschaftspsychologie (B.Sc.) § 3 Absätze 1-3). Dafür benötigen die einzelnen Studierenden einen Nachweis, dass sie 50 % mehr Praxiszeit erbracht haben, als grundsätzlich für das Praxissemester vorgesehen ist⁵. Geregelt wird das „Studium mit vertiefter Praxis“ in der Allgemeinen Prüfungsordnung (APO) § 9a.

Der zu akkreditierende Studiengang Wirtschaftspsychologie (B.Sc.) startete erstmals im Sommersemester 2020. Damit sind die Studierenden ab dem Sommersemester 2022 erstmals im 5. Fachsemester und damit im Praxissemester. Das „Studium mit vertiefter Praxis“ wird zumeist erst gegen Ende des Studiums gemeldet, sodass aktuell nicht abgeschätzt werden kann, ob bzw. wie viele Studierende des zu akkreditierenden Studienganges diese Option wählen werden.

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Die Studierenden im Bachelorstudiengang, die während der Begehung befragt wurden, hatten die Möglichkeit eines „Studium mit vertiefter Praxis“ nicht in Anspruch genommen und hatten dies zum Zeitpunkt der Begehung auch nicht geplant. Dies liegt daran, dass sich auf Grund der Erstakkreditierung die Studierenden noch in den ersten Semestern ihres Studiums befinden. Das „Studium mit vertiefter Praxis“ ist sowohl in der Allgemeinen Prüfungsordnung als auch in der studienengangsspezifischen Studien- und Prüfungsordnung Wirtschaftspsychologie geregelt. Das Gutachtergremium bewertet das „Studium mit vertiefter Praxis“ als eine gute Option für die Studierenden, um ihre Praxiserfahrungen während des Studiums noch weiter zu vertiefen.

Entscheidungsvorschlag

Erfüllt.

Fachlich-Inhaltliche Gestaltung der Studiengänge (§ 13 BayStudAkkV)

Aktualität der fachlichen und wissenschaftlichen Anforderungen ([§ 13 Abs. 1 BayStudAkkV](#))

Sachstand

Eines der zentralen Kriterien bei der Neuberufung von Professorinnen und Professoren für beide Studiengänge ist laut der HNU die Prüfung der Aktualität und Adäquanz von wissenschaftlichen

⁵ <https://www.hnu.de/studium/informationen-vor-dem-studium/extraportion-praxis#c1006582> (Zuletzt abgerufen am 9. August 2022)

Fachkenntnissen durch den Berufungsausschuss. Hier sind u.a. aktuelle Publikationen und Konferenzbeiträge sowie die fachliche Diskussion im Rahmen der Berufungsvorträge hilfreiche Indikatoren zur Feststellung der Eignung (vgl. Prozessleitfaden für Berufungsverfahren).

Zur Wahrung der Aktualität wissenschaftlicher Kenntnisse unterstützen die Fakultät und Hochschule die Professorinnen und Professoren in ihrer Forschungstätigkeit z.B. durch Forschungssemester und Freistellung vom Lehrdeputat bei Forschungstätigkeit. Der internationale Austausch wird über Teilnahmen an wissenschaftlichen Fachtagungen sichergestellt.

Der Einbezug unterschiedlicher Fachperspektiven innerhalb eines Moduls wird im Studiengang Wirtschaftspsychologie (B.Sc.) u.a. auch dadurch gewährleistet, dass Lehrveranstaltungen auf unterschiedliche Personen verteilt werden – teilweise innerhalb einer Lehrveranstaltung. Die Studierenden profitierenden laut Hochschule daher von der Expertise und vom Erfahrungsschatz mehrerer Dozentinnen bzw. Dozenten. Darüber hinaus sind in beiden Studiengängen Lehrkräfte neben ihrer Tätigkeit an der Hochschule in der Praxis z.B. als Consultant tätig. Einer der im Masterstudiengang Advanced Sales Management and Intelligence (M.Sc) unterrichtenden Professoren ist Inhaber einer Forschungsprofessur an der Hochschule Neu-Ulm und wird durch das Programm des Bundesministeriums für Bildung und Forschung „InnoSÜD“ gefördert (vgl. Selbstbericht Seiten 32 und 33).

Der Beirat des Studiengangs Advanced Sales Management and Intelligence (M.Sc.) setzt sich zusammen aus Repräsentanten führender Großkonzerne, mittelständischer und familiengeführter Unternehmen. Die Aufgabe des Beirats besteht darin, gegenwärtige und zukünftige Herausforderungen für Nachwuchs-Vertriebsführungskräfte im Blick zu behalten und die Erkenntnisse entsprechend in die Ausgestaltung des Studiums und dessen Lehrveranstaltungen einzubringen. Er unterstützt darüber hinaus die Forschungsaktivitäten der Hochschule Neu-Ulm.⁶

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Für beide Studiengänge:

Das Gutachtergremium kann bestätigen, dass die Studiengangsleitungen der Studiengänge die Aktualität und Adäquanz von fachlichen und wissenschaftlichen Anforderungen und deren kontinuierliche Überprüfung in die Konzeption der Studiengänge einbezogen haben. Die Lehrinhalte sowie das didaktische Konzept auf einem aktuellen Stand und gewährleisten die adäquate Durchführung der Studiengänge. In den Modulhandbüchern der beiden Studiengänge sind teilweise keine Pflichtlektüren angegeben, bzw. es wird auf das Vorlesungsskript als Pflichtlektüre verwiesen. Das Gutachtergremium schlägt daher vor, das Modulhandbuch um die Angabe der Pflichtlektüre zu ergänzen, und dabei zu beachten, dass bei der Angabe der Pflichtlektüre nicht ausschließlich das Vorlesungsskript genannt wird.

Studiengang 01 Wirtschaftspsychologie (B.Sc.):

Gemäß der Leitlinien *Gesellschaft für angewandte Wirtschaftspsychologie* (GWPs) sollten in einem Wirtschaftspsychologiestudiengang 50 Prozent der Inhalte der Psychologie zugeordnet werden Curriculum (vgl. § 12 Abs. 1 Sätze 1 bis 3 und 5 BayStudAkkV). Dies ist momentan nicht für alle Studierenden sichergestellt (vgl. Auflage Curriculum).

⁶ [Master Advanced Sales Management and Intelligence \(M.Sc.\) - Hochschule Neu-Ulm \(hnu.de\)](https://www.hnu.de) (abgerufen am 8. August 2022)

Das Gutachtergremium empfiehlt des Weiteren die Gründung eines Psychologiebeirats, um so externe Stakeholder, wie z.B. Alumni oder die Handelskammer in die Gestaltung des Studiengangs stärker zu involvieren. Dieser könnte beispielsweise bei der Umsetzung der Leitlinien der GWP in der Gestaltung des Studiengangs unterstützen.

Entscheidungsvorschlag

Erfüllt.

Das Gutachtergremium gibt folgende Empfehlung:

Das Gutachtergremium empfiehlt die Gründung eines Beirats im Studiengang Wirtschaftspsychologie (B.Sc.) um die externen Stakeholder stärker in die Gestaltung des Studienganges zu involvieren.

Studienerfolg ([§ 14 BayStudAkkV](#))

Sachstand

In der Feedbackordnung der HNU sind die studentische Lehrveranstaltungsbefragung, die hochschulweiten Studierendenbefragung, sowie die Alumnibefragung geregelt.

Die HNU führt jedes Semester für jedes Modul Lehrveranstaltungsevaluationen durch. Der Studiendekan der Fakultät ist für die Durchführung zuständig. Die Lehrveranstaltungsevaluation enthält auch eine Erfassung des Workloads. Im Rahmen dieser Evaluation wird quantitatives und qualitatives Feedback auf Ebene der Lehrveranstaltungen eingeholt. Die Gesamtergebnisse der studentischen Lehrveranstaltungsbefragungen sind Bestandteil des Lehrberichts und werden allen Hochschulangehörigen über das Intranet der HNU zu Verfügung gestellt (vgl. Feedbackordnung Punkt 8.2.3). Die Ergebnisse werden auch direkt mit den Studierenden während des laufenden Semesterbetriebs besprochen und reflektiert. So hat die Hochschule die Möglichkeit, Verbesserungen noch während der laufenden Veranstaltung umzusetzen, was laut Angaben der Hochschule wiederum auch die Studierenden motiviert, sich aktiv in den Evaluationsprozess einzubringen. Durch diese Maßnahmen ist sichergestellt, dass Lehrveranstaltungen kontinuierlich weiterentwickelt werden. Die Evaluationsfragebögen sind so gestaltet, dass sie für alle Studiengänge über alle Fakultäten hinweg einheitlich sind, damit die Daten anschließend aggregiert werden können. Die Ergebnisse der Lehrveranstaltungserhebungen sind sowohl den Lehrenden, als auch den Studiendekaninnen und -dekanen der Fakultäten zugänglich, welche bei Bedarf Gespräche zu diesen mit den Lehrenden führen (vgl. Feedbackordnung Punkt 8.2.1).

Der Austausch über Lehrveranstaltungen hinweg ist im Rahmen der Prüfungskommissionen der beiden zu akkreditierenden Studiengänge gewährleistet. Hier werden im Semesterturnus Prüfungsergebnisse und Durchfallquoten überprüft, um sicherzustellen, dass Lern- und Prüfungsziele erreichbar und Prüfungsformen angemessen sind. In den Gremien der akademischen Selbstverwaltung (Fakultätsrat, Berufungskommission) wird Wert darauf gelegt, dass Studierendenperspektiven eingebunden werden. Die Studiengangsleitungen stehen durch ihre Lehrtätigkeit in den zu akkreditierenden Studiengängen, sowie auch durch abgehaltene Informationsveranstaltungen und Studierendenumfragen zu verschiedenen Themen im engen Austausch mit den Studierenden. Zudem besteht durch die Fachstudienberatung der beiden Studiengänge ein enger, individueller Kontakt zu den Studierenden – Studierende, die im Studienverlauf weit zurückliegen, werden in diesem Rahmen unterstützt, ihr Studium erfolgreich fortzusetzen. Zusätzlich

wird Studierenden zu Beginn des Semesters nahegelegt, bei etwaigen Unstimmigkeiten diese per E-Mail den betreffenden Professorinnen und Professoren – auch via anonymer E-Mailadresse – mitzuteilen.

Die Hochschule weist darauf hin, dass beide Studiengänge erst kürzlich gestartet sind und sie sich an ähnlichen Studiengängen bei der Ableitung von Maßnahmen orientiert. Bereits getroffene Maßnahmen im Bachelorstudiengang Wirtschaftspsychologie (B.Sc.) beinhalten zum Beispiel die Festsetzung der psychologischen Schwerpunkte des Studiengangs mittels einer Umfrage. Zusätzlich dazu werden nach Angaben der Hochschule Kontakte mit Alumni genutzt, um festzustellen, welche der vermittelten Kompetenzen nach Abschluss für die Studierenden nützlich waren, ob zusätzliche Methoden, Modelle usw. vermittelt werden sollten oder ob bestimmte Lehrinhalte entfernt werden können (vgl. Selbstdokumentation Seiten 33-35).

Die Absolventenbefragung findet regelmäßig alle zwei Jahre statt (vgl. Punkt 7.3 Feedbackordnung der HNU).

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Die Studiengänge unterliegen einem kontinuierlichen Monitoring. Das Gutachtergremium beurteilt die Verwendung der Lehrevaluationen zur Qualitätssicherung als geeignet, um ein kontinuierliches Monitoring des jeweiligen Studiengangs zu gewährleisten. Die Evaluierungen werden jeweils zur Mitte des Semesters durchgeführt und zeitnah ausgewertet, sodass entsprechende Maßnahmen noch im gleichen Semester daraus abgeleitet und umgesetzt werden können. Die Studierenden haben während der Begehung lobend über die Praxis gesprochen, die Evaluationsergebnisse der Lehrveranstaltungen in den jeweiligen Vorlesungen zu besprechen. Das Gutachtergremium befürwortet dieses Vorgehen ebenfalls. Einige der Lehrenden berichteten in der Begehung, dass sie zusätzlich zu dem standardisierten einen individuellen Fragebogen für ihre Lehrveranstaltungen erstellen, um mit diesem eine auf ihre Veranstaltung angepasste Rückmeldung zu erhalten. Dies bewertet das Gutachtergremium als positiv, da es dazu führt, dass die Diskussion der Ergebnisse mit den Studierenden noch zielgerichteter sei.

Die Absolventenbefragung findet alle zwei Jahre statt. Jedoch moniert das Gutachtergremium, dass die Ergebnisse dieser Befragung nicht an die Absolventinnen und Absolventen herangetragen werden.

Entscheidungsvorschlag

Nicht erfüllt, da die Ergebnisse der Absolventenbefragungen nicht an die Beteiligten kommuniziert werden. Das Gutachtergremium schlägt daher folgende Auflage vor:

Die Hochschule stellt sicher, dass alle Beteiligten über die Evaluationsergebnisse der Alumnibefragung informiert werden.

Geschlechtergerechtigkeit und Nachteilsausgleich ([§ 15 BayStudAkkV](#))

Sachstand

Die Hochschule Neu-Ulm verfügt über ein Gleichstellungskonzept für den wissenschaftlichen Bereich, in dem unter anderem die strukturelle Implementierung sowie zielgruppenspezifische Ziele

und Maßnahmen erläutert werden (vgl. Gleichstellungskonzept 2022-2027 der Hochschule Neu-Ulm⁷).

Die HNU trägt seit 2008 das Zertifikat „familiengerechte Hochschule“ der beruf und familie gGmbH, inzwischen dauerhaft. Bereits im Rahmen der Erstauditierung wurde die „Kinderinsel“, eine hochschuleigene Großkindertagespflege, gegründet. Sie bietet flexible, den Arbeits- / Studiumsplänen angepasste Betreuungszeiten und nimmt auch Kinder von internationalen Gästen an der HNU auf.

Um Studierenden mit besonderen Belangen, unter anderem zu den Themen Studieren mit Kind, Betreuung pflegebedürftiger Angehöriger sowie Studieren mit Behinderung, sowie Mitgliedern der Hochschule Neu-Ulm aus Lehre und Verwaltung die Vereinbarkeit von Studium bzw. Beruf und Familie bzw. Privatleben zu erleichtern, hat die HNU das Beratungs- und Informationszentrum für Eltern, Persönliches und Soziales (BIZEPS) eingerichtet. Die Leistungen stehen allen Hochschulangehörigen aus Studium, Lehre und Verwaltung zur Verfügung und unterstützen die Prämisse der Vereinbarkeit von Familie und Studium / Beruf im Sinne des an der HNU weit gefassten Familienbegriffs.

Bei Fragen zur Studienverlaufsplanung, Studienzweifel, Studiengangwechsel und Studienorientierung steht den Studierenden neben dem Lehrpersonal auch eine allgemeine Studienberatung zur Seite. Diese bietet eine vertrauliche und ergebnisoffene Beratung an. Ziel ist es, jeden in der individuellen Situation bei der passenden Entscheidung zu unterstützen.

Die HNU ermöglicht Studierenden mit Handicap oder chronischen Erkrankungen eine gleichberechtigte und selbständige Teilhabe am Studium und am studentischen Leben. Zusätzlich wurden hochschulübergreifend nach Angaben der Hochschule die folgenden gleichstellungsrelevanten Maßnahmen eingeführt:

- Alle Unterrichtsräume sind auch für Studierende mit Behinderungen gut zu erreichen.
- Die Infrastruktur der Hochschule ist insgesamt weitestgehend barrierefrei und durchgängig rollstuhlfahrgerecht. Alle drei Hörsäle sind mit dem Rollstuhl erreichbar und befahrbar und verfügen über eigene Rollstuhlfahrerplätze.
- Barrierefreiheit in der Bibliothek: Die Hochschulbibliothek bietet barrierefreie Arbeitsplätze, Einzelarbeitsplätze in den Carrels sowie die Möglichkeit, an zwei höhenverstellbaren Arbeitsplätzen im Lesesaal im Internet und im Bibliothekskatalog zu recherchieren. Von den in der Hochschulbibliothek zur Verfügung stehenden Carrels (Arbeitskabinen mit Strom- und Netzwerkanschluss zum ungestörten Lernen) ist eines rollstuhlfahrgerecht.
- Einige Datenbanken bieten auch die Möglichkeit einer Vorlesefunktion an, die besonders von Sehbehinderten und Blinden genutzt werden kann
- Die Hochschule hat sich als Ziel gesetzt, Barrierefreiheit für Blinde und Sehbehinderte auch auf der Webseite der HNU zu erreichen.

Hochschulweite Regelungen zum Nachteilsausgleich sind in § 30 APO getroffen: Studierenden, die wegen einer Behinderung oder chronischen Erkrankung nicht in der Lage sind, eine Prüfung ganz oder teilweise in der vorgesehenen Form abzulegen, wird ein Nachteilsausgleich gewährt.

⁷ [Neues Gleichstellungskonzept an der Hochschule Neu-Ulm - Hochschule Neu-Ulm \(hnu.de\)](https://www.hnu.de) (abgerufen am 21.7.2022)

Für die Gleichstellung der Beschäftigten der HNU im wissenschaftsstützenden Bereich wird ein/e Gleichstellungsbeauftragte/r gewählt. Grundlage für die Bestellung des/der Gleichstellungsbeauftragten und seines/ihrer Aufgabenbereichs ist das Bayerische Gleichstellungsgesetz (BayGIG) vom 24.05.1996. In ihrem Gleichstellungskonzept legt die HNU einen besonderen Schwerpunkt auf Maßnahmen zur Frauenförderung, insbesondere hinsichtlich der Besetzung von Professuren, der Förderung des wissenschaftlichen Nachwuchses und der Verbesserung des Geschlechterverhältnisses der Studierenden in technischen Studiengängen.

Frauenbeauftragte

Die Frauenbeauftragten beraten und unterstützen die Hochschule bei der Herstellung der verfassungsrechtlich gebotenen Chancengleichheit von Männern und Frauen, sowie bei der Vermeidung bzw. Beseitigung von Nachteilen für Studentinnen, Professorinnen und weibliche Lehrpersonen. Sie setzen sich auch für eine paritätische Besetzung mit Frauen und Männern bei den Professuren an der HNU ein. Unterstützt werden die Frauenbeauftragten von einer wissenschaftlichen Mitarbeiterin.

BayernMentoring:

BayernMentoring ist ein landesweites Kaskaden-Mentoring für Studentinnen in der Technik; Mentorinnen sind weibliche Fach- und Führungskräfte aus den Unternehmen der Region. Die HNU bietet das Programm für Studentinnen der wirtschaftswissenschaftlichen Studiengänge seit dem Wintersemester 2018/19 an. Teilnehmen können Studentinnen der nicht-technischen Studiengänge ab dem sechsten Fachsemester im Bachelorstudium oder ab dem ersten Semester im Masterstudium. Das Mentoring-Programm besteht aus den drei Modulen: „Mentoring“, „Training“ und „Networking“. Es ist ein strukturiertes Programm und orientiert sich an den Qualitätskriterien des Forum Mentoring e.V.. Zusätzlich werden Seminare zur Karriereentwicklung für Studentinnen und eine Ringvorlesung Diversity angeboten.

Aktuell sind im Bachelorstudiengang vier der zwölf Lehrenden und im Masterstudiengang zwei von insgesamt sieben Lehrenden weiblich.

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Das Gleichstellungskonzept, der Nachteilsausgleich und die Position der Frauenbeauftragten ergeben ein umfassendes Konzept zur Geschlechtergerechtigkeit und zur Förderung der Chancengleichheit von Studierenden in besonderen Lebenslagen. Sowohl die Mitarbeitenden der Hochschule als auch die Studierenden werden in verschiedenen Lebenssituationen angemessen unterstützt.

Das Gutachtergremium konnte sich im Rahmen der Begutachtung davon überzeugen, dass die Hochschule sich darüber hinaus Ziele der Geschlechtergerechtigkeit setzt. Aktuell sind im Masterstudiengang ca. 75 Prozent der Studierenden weiblich, jedoch nur knapp 30 Prozent der Lehrenden. Die HNU strebt an, dem Studierendenverhältnis entsprechend ein Professorinnen- und Professorenverhältnis bezüglich der Verteilung der Geschlechter zu erreichen, was das Gutachtergremium befürwortet.

Entscheidungsvorschlag

Erfüllt.

3 Begutachtungsverfahren

3.1 Allgemeine Hinweise

Folgendes Dokument hat die Hochschule Neu-Ulm im Rahmen des Verfahrens nachgereicht: aktualisiertes Diploma Supplement für den Masterstudiengang

Dadurch konnte eine Auflagenempfehlung entfallen.

3.2 Rechtliche Grundlagen

Akkreditierungsstaatsvertrag

Bayerische Studienakkreditierungsverordnung (BayStudAkkV) vom 13. April 2018

3.3 Gutachtergremium

a) Hochschullehrende

- Prof. Dr. Gerhard Raab, Professur für Betriebswirtschaftslehre, insbesondere Marketing und Wirtschaftspsychologie, Hochschule für Wirtschaft und Gesellschaft Ludwigshafen
- Prof. Dr. Patrick Spieth, Professor und Leiter des Fachgebiets Technologie und Innovationsmanagement sowie Entrepreneurship, Universität Kassel
- Prof. Dr. Susanne Steimer, Professur für Beratungsforschung und Vertriebsmanagement, Hochschule der Wirtschaft für Management, Mannheim

b) Vertreterin der Berufspraxis

- Dr. Diana Kisro-Warnecke, Managing Director & Inhaberin T&B ChinaConsulting

c) Studierender

- Felix Bräkling, Studierender Wirtschaftsinformatik B.Sc., Fernuni Hagen

4 Datenblatt

4.1 Daten zum Studiengang

Es handelt sich um eine Erstakkreditierung, aus diesem Grund stehen noch keine statistischen Daten zu Verfügung.

4.2 Daten zur Akkreditierung

Vertragsschluss Hochschule – Agentur:	17.12.2021
Eingang der Selbstdokumentation:	14.04.2022
Zeitpunkt der Begehung:	07.07.2022
Personengruppen, mit denen Gespräche geführt worden sind:	Hochschulleitung, Studiengangsleitungen, Lehrende, Mitarbeitende der Verwaltung und des Qualitätsmanagements, Studierende der zu akkreditierenden Studiengänge und Absolventinnen und Absolventen vergleichbarer Studiengänge
An räumlicher und sächlicher Ausstattung wurde besichtigt (optional, sofern fachlich angezeigt):	Medienzentrum, Bibliothek, UX-Testing und Usability Labor

5 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.
MRVO	Musterrechtsverordnung
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.
StAkkStV	Studienakkreditierungsstaatsvertrag

Anhang

§ 3 Studienstruktur und Studiendauer

(1) ¹Im System gestufter Studiengänge ist der Bachelorabschluss der erste berufsqualifizierende Regelabschluss eines Hochschulstudiums; der Masterabschluss stellt einen weiteren berufsqualifizierenden Hochschulabschluss dar. ²Grundständige Studiengänge, die unmittelbar zu einem Masterabschluss führen, sind mit Ausnahme der in Absatz 3 genannten Studiengänge ausgeschlossen.

(2) ¹Die Regelstudienzeiten für ein Vollzeitstudium betragen sechs, sieben oder acht Semester bei den Bachelorstudiengängen und vier, drei oder zwei Semester bei den Masterstudiengängen. ²Im Bachelorstudium beträgt die Regelstudienzeit im Vollzeitstudium mindestens drei Jahre. ³Bei konsekutiven Studiengängen beträgt die Gesamtregelstudienzeit im Vollzeitstudium fünf Jahre (zehn Semester). ⁴Wenn das Landesrecht dies vorsieht, sind kürzere und längere Regelstudienzeiten bei entsprechender studienorganisatorischer Gestaltung ausnahmsweise möglich, um den Studierenden eine individuelle Lernbiografie, insbesondere durch Teilzeit-, Fern-, berufsbegleitendes oder duales Studium sowie berufspraktische Semester, zu ermöglichen. ⁵Abweichend von Satz 3 können in den künstlerischen Kernfächern an Kunst- und Musikhochschulen nach näherer Bestimmung des Landesrechts konsekutive Bachelor- und Masterstudiengänge auch mit einer Gesamtregelstudienzeit von sechs Jahren eingerichtet werden.

(3) Theologische Studiengänge, die für das Pfarramt, das Priesteramt und den Beruf der Pastoralreferentin oder des Pastoralreferenten qualifizieren („Theologisches Vollstudium“), müssen nicht gestuft sein und können eine Regelstudienzeit von zehn Semestern aufweisen.

[Zurück zum Prüfbericht](#)

§ 4 Studiengangprofile

(1) ¹Masterstudiengänge können in „anwendungsorientierte“ und „forschungsorientierte“ unterschieden werden. ²Masterstudiengänge an Kunst- und Musikhochschulen können ein besonderes künstlerisches Profil haben. ³Masterstudiengänge, in denen die Bildungsvoraussetzungen für ein Lehramt vermittelt werden, haben ein besonderes lehramtsbezogenes Profil. ⁴Das jeweilige Profil ist in der Akkreditierung festzustellen.

(2) ¹Bei der Einrichtung eines Masterstudiengangs ist festzulegen, ob er konsekutiv oder weiterbildend ist. ²Weiterbildende Masterstudiengänge entsprechen in den Vorgaben zur Regelstudienzeit und zur Abschlussarbeit den konsekutiven Masterstudiengängen und führen zu dem gleichen Qualifikationsniveau und zu denselben Berechtigungen.

(3) Bachelor- und Masterstudiengänge sehen eine Abschlussarbeit vor, mit der die Fähigkeit nachgewiesen wird, innerhalb einer vorgegebenen Frist ein Problem aus dem jeweiligen Fach selbständig nach wissenschaftlichen bzw. künstlerischen Methoden zu bearbeiten.

[Zurück zum Prüfbericht](#)

§ 5 Zugangsvoraussetzungen und Übergänge zwischen Studienangeboten

(1) ¹Zugangsvoraussetzung für einen Masterstudiengang ist ein erster berufsqualifizierender Hochschulabschluss. ²Bei weiterbildenden und künstlerischen Masterstudiengängen kann der berufsqualifizierende Hochschulabschluss durch eine Eingangsprüfung ersetzt werden, sofern Landesrecht dies vorsieht. ³Weiterbildende Masterstudiengänge setzen qualifizierte berufspraktische Erfahrung von in der Regel nicht unter einem Jahr voraus.

(2) ¹Als Zugangsvoraussetzung für künstlerische Masterstudiengänge ist die hierfür erforderliche besondere künstlerische Eignung nachzuweisen. ²Beim Zugang zu weiterbildenden künstlerischen Masterstudiengängen können auch berufspraktische Tätigkeiten, die während des Studiums abgeleistet werden, berücksichtigt werden, sofern Landesrecht dies ermöglicht. Das Erfordernis berufspraktischer Erfahrung gilt nicht an Kunsthochschulen für solche Studien, die einer Vertiefung freikünstlerischer Fähigkeiten dienen, sofern landesrechtliche Regelungen dies vorsehen.

(3) Für den Zugang zu Masterstudiengängen können weitere Voraussetzungen entsprechend Landesrecht vorgesehen werden.

[Zurück zum Prüfbericht](#)

§ 6 Abschlüsse und Abschlussbezeichnungen

(1) ¹Nach einem erfolgreich abgeschlossenen Bachelor- oder Masterstudiengang wird jeweils nur ein Grad, der Bachelor- oder Mastergrad, verliehen, es sei denn, es handelt sich um einen Multiple-Degree-Abschluss. ²Dabei findet keine Differenzierung der Abschlussgrade nach der Dauer der Regelstudienzeit statt.

(2) ¹Für Bachelor- und konsekutive Mastergrade sind folgende Bezeichnungen zu verwenden:

1. Bachelor of Arts (B.A.) und Master of Arts (M.A.) in den Fächergruppen Sprach- und Kulturwissenschaften, Sport, Sportwissenschaft, Sozialwissenschaften, Kunstwissenschaft, Darstellende Kunst und bei entsprechender inhaltlicher Ausrichtung in der Fächergruppe Wirtschaftswissenschaften sowie in künstlerisch angewandten Studiengängen,

2. Bachelor of Science (B.Sc.) und Master of Science (M.Sc.) in den Fächergruppen Mathematik, Naturwissenschaften, Medizin, Agrar-, Forst- und Ernährungswissenschaften, in den Fächergruppen Ingenieurwissenschaften und Wirtschaftswissenschaften bei entsprechender inhaltlicher Ausrichtung,

3. Bachelor of Engineering (B.Eng.) und Master of Engineering (M.Eng.) in der Fächergruppe Ingenieurwissenschaften bei entsprechender inhaltlicher Ausrichtung,

4. Bachelor of Laws (LL.B.) und Master of Laws (LL.M.) in der Fächergruppe Rechtswissenschaften,

5. Bachelor of Fine Arts (B.F.A.) und Master of Fine Arts (M.F.A.) in der Fächergruppe Freie Kunst,

6. Bachelor of Music (B.Mus.) und Master of Music (M.Mus.) in der Fächergruppe Musik,

7. ¹Bachelor of Education (B.Ed.) und Master of Education (M.Ed.) für Studiengänge, in denen die Bildungsvoraussetzungen für ein Lehramt vermittelt werden. ²Für einen polyvalenten Studiengang kann entsprechend dem inhaltlichen Schwerpunkt des Studiengangs eine Bezeichnung nach den Nummern 1 bis 7 vorgesehen werden.

²Fachliche Zusätze zu den Abschlussbezeichnungen und gemischtsprachige Abschlussbezeichnungen sind ausgeschlossen. ³Bachelorgrade mit dem Zusatz „honours“ („B.A. hon.“) sind ausgeschlossen. ⁴Bei interdisziplinären und Kombinationsstudiengängen richtet sich die Abschlussbezeichnung nach demjenigen Fachgebiet, dessen Bedeutung im Studiengang überwiegt. ⁵Für Weiterbildungsstudiengänge dürfen auch Mastergrade verwendet werden, die von den vorgenannten Bezeichnungen abweichen. ⁶Für theologische Studiengänge, die für das Pfarramt, das Priesteramt und den Beruf der Pastoralreferentin oder des Pastoralreferenten qualifizieren („Theologisches Vollstudium“), können auch abweichende Bezeichnungen verwendet werden.

(3) In den Abschlussdokumenten darf an geeigneter Stelle verdeutlicht werden, dass das Qualifikationsniveau des Bachelorabschlusses einem Diplomabschluss an Fachhochschulen bzw. das Qualifikationsniveau eines Masterabschlusses einem Diplomabschluss an Universitäten oder gleichgestellten Hochschulen entspricht.

(4) Auskunft über das dem Abschluss zugrundeliegende Studium im Einzelnen erteilt das Diploma Supplement, das Bestandteil jedes Abschlusszeugnisses ist.

[Zurück zum Prüfbericht](#)

§ 7 Modularisierung

(1) ¹Die Studiengänge sind in Studieneinheiten (Module) zu gliedern, die durch die Zusammenfassung von Studieninhalten thematisch und zeitlich abgegrenzt sind. ²Die Inhalte eines Moduls sind so zu bemessen, dass sie in der Regel innerhalb von maximal zwei aufeinander folgenden Semestern vermittelt werden können; in besonders begründeten Ausnahmefällen kann sich ein Modul auch über mehr als zwei Semester erstrecken. ³Für das künstlerische Kernfach im Bachelorstudium sind mindestens zwei Module verpflichtend, die etwa zwei Drittel der Arbeitszeit in Anspruch nehmen können.

(2) ¹Die Beschreibung eines Moduls soll mindestens enthalten:

1. Inhalte und Qualifikationsziele des Moduls,
2. Lehr- und Lernformen,
3. Voraussetzungen für die Teilnahme,
4. Verwendbarkeit des Moduls,
5. Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Leistungspunkten entsprechend dem European Credit Transfer System (ECTS-Leistungspunkte),
6. ECTS-Leistungspunkte und Benotung,
7. Häufigkeit des Angebots des Moduls,
8. Arbeitsaufwand und
9. Dauer des Moduls.

(3) ¹Unter den Voraussetzungen für die Teilnahme sind die Kenntnisse, Fähigkeiten und Fertigkeiten für eine erfolgreiche Teilnahme und Hinweise für die geeignete Vorbereitung durch die Studierenden zu benennen. ²Im Rahmen der Verwendbarkeit des Moduls ist darzustellen, welcher Zusammenhang mit anderen Modulen desselben Studiengangs besteht und inwieweit es zum Einsatz in anderen Studiengängen geeignet ist. ³Bei den Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Leistungspunkten ist anzugeben, wie ein Modul erfolgreich absolviert werden kann (Prüfungsart, -umfang, -dauer).

[Zurück zum Prüfbericht](#)

§ 8 Leistungspunktesystem

(1) ¹Jedem Modul ist in Abhängigkeit vom Arbeitsaufwand für die Studierenden eine bestimmte Anzahl von ECTS-Leistungspunkten zuzuordnen. ²Je Semester sind in der Regel 30 Leistungspunkte zu Grunde zu legen. ³Ein Leistungspunkt entspricht einer Gesamtarbeitsleistung der Studierenden im Präsenz- und Selbststudium von 25 bis höchstens 30 Zeitstunden. ⁴Für ein Modul werden ECTS-Leistungspunkte gewährt, wenn die in der Prüfungsordnung vorgesehenen Leistungen nachgewiesen werden. ⁵Die Vergabe von ECTS-Leistungspunkten setzt nicht zwingend eine Prüfung, sondern den erfolgreichen Abschluss des jeweiligen Moduls voraus.

(2) ¹Für den Bachelorabschluss sind nicht weniger als 180 ECTS-Leistungspunkte nachzuweisen. ²Für den Masterabschluss werden unter Einbeziehung des vorangehenden Studiums bis zum ersten berufsqualifizierenden Abschluss 300 ECTS-Leistungspunkte benötigt. ³Davon kann bei entsprechender Qualifikation der Studierenden im Einzelfall abgewichen werden, auch wenn nach Abschluss eines Masterstudiengangs 300 ECTS-Leistungspunkte nicht erreicht werden. ⁴Bei konsekutiven Bachelor- und Masterstudiengängen in den künstlerischen Kernfächern an Kunst- und Musikhochschulen mit einer Gesamtregelstudienzeit von sechs Jahren wird das Masterniveau mit 360 ECTS-Leistungspunkten erreicht.

(3) ¹Der Bearbeitungsumfang beträgt für die Bachelorarbeit 6 bis 12 ECTS-Leistungspunkte und für die Masterarbeit 15 bis 30 ECTS-Leistungspunkte. ²In Studiengängen der Freien Kunst kann in begründeten Ausnahmefällen der Bearbeitungsumfang für die Bachelorarbeit bis zu 20 ECTS-Leistungspunkte und für die Masterarbeit bis zu 40 ECTS-Leistungspunkte betragen.

(4) ¹In begründeten Ausnahmefällen können für Studiengänge mit besonderen studienorganisatorischen Maßnahmen bis zu 75 ECTS-Leistungspunkte pro Studienjahr zugrunde gelegt werden. ²Dabei ist die Arbeitsbelastung eines ECTS-Leistungspunktes mit 30 Stunden bemessen. ³Besondere studienorganisatorische Maßnahmen können insbesondere Lernumfeld und Betreuung, Studienstruktur, Studienplanung und Maßnahmen zur Sicherung des Lebensunterhalts betreffen.

(5) ¹Bei Lehramtsstudiengängen für Lehrämter der Grundschule oder Primarstufe, für übergreifende Lehrämter der Primarstufe und aller oder einzelner Schularten der Sekundarstufe, für Lehrämter für alle oder einzelne Schularten der Sekundarstufe I sowie für Sonderpädagogische Lehrämter I kann ein Masterabschluss vergeben werden, wenn nach mindestens 240 an der Hochschule erworbenen ECTS-Leistungspunkten unter Einbeziehung des Vorbereitungsdienstes insgesamt 300 ECTS-Leistungspunkte erreicht sind.

(6) ¹An Berufsakademien sind bei einer dreijährigen Ausbildungsdauer für den Bachelorabschluss in der Regel 180 ECTS-Leistungspunkte nachzuweisen. ²Der Umfang der theoriebasierten Ausbildungsanteile darf 120 ECTS-Leistungspunkte, der Umfang der praxisbasierten Ausbildungsanteile 30 ECTS-Leistungspunkte nicht unterschreiten.

[Zurück zum Prüfbericht](#)

Art. 2 Abs. 2 StAkkStV Anerkennung und Anrechnung*

Formale Kriterien sind [...] Maßnahmen zur Anerkennung von Leistungen bei einem Hochschul- oder Studiengangswechsel und von außerhochschulisch erbrachten Leistungen.

[Zurück zum Prüfbericht](#)

§ 9 Besondere Kriterien für Kooperationen mit nichthochschulischen Einrichtungen

(1) ¹Umfang und Art bestehender Kooperationen mit Unternehmen und sonstigen Einrichtungen sind unter Einbezug nichthochschulischer Lernorte und Studienanteile sowie der Unterrichtssprache(n) vertraglich geregelt und auf der Internetseite der Hochschule beschrieben. ²Bei der Anwendung von Anrechnungsmodellen im Rahmen von studiengangsbezogenen Kooperationen ist die inhaltliche Gleichwertigkeit anzurechnender nichthochschulischer Qualifikationen und deren Äquivalenz gemäß dem angestrebten Qualifikationsniveau nachvollziehbar dargelegt.

(2) Im Fall von studiengangsbezogenen Kooperationen mit nichthochschulischen Einrichtungen ist der Mehrwert für die künftigen Studierenden und die gradverleihende Hochschule nachvollziehbar dargelegt.

[Zurück zum Prüfbericht](#)

§ 10 Sonderregelungen für Joint-Degree-Programme

(1) Ein Joint-Degree-Programm ist ein gestufter Studiengang, der von einer inländischen Hochschule gemeinsam mit einer oder mehreren Hochschulen ausländischer Staaten aus dem Europäischen Hochschulraum koordiniert und angeboten wird, zu einem gemeinsamen Abschluss führt und folgende weitere Merkmale aufweist:

1. Integriertes Curriculum,
2. Studienanteil an einer oder mehreren ausländischen Hochschulen von in der Regel mindestens 25 Prozent,
3. vertraglich geregelte Zusammenarbeit,

4. abgestimmtes Zugangs- und Prüfungswesen und

5. eine gemeinsame Qualitätssicherung.

(2) ¹Qualifikationen und Studienzeiten werden in Übereinstimmung mit dem Gesetz zu dem Übereinkommen vom 11. April 1997 über die Anerkennung von Qualifikationen im Hochschulbereich in der europäischen Region vom 16. Mai 2007 (BGBl. 2007 II S. 712, 713) (Lissabon-Konvention) anerkannt. ²Das ECTS wird entsprechend §§ 7 und 8 Absatz 1 angewendet und die Verteilung der Leistungspunkte ist geregelt. ³Für den Bachelorabschluss sind 180 bis 240 Leistungspunkte nachzuweisen und für den Masterabschluss nicht weniger als 60 Leistungspunkte. ⁴Die wesentlichen Studieninformationen sind veröffentlicht und für die Studierenden jederzeit zugänglich.

(3) Wird ein Joint Degree-Programm von einer inländischen Hochschule gemeinsam mit einer oder mehreren Hochschulen ausländischer Staaten koordiniert und angeboten, die nicht dem Europäischen Hochschulraum angehören (außereuropäische Kooperationspartner), so finden auf Antrag der inländischen Hochschule die Absätze 1 und 2 entsprechende Anwendung, wenn sich die außereuropäischen Kooperationspartner in der Kooperationsvereinbarung mit der inländischen Hochschule zu einer Akkreditierung unter Anwendung der in den Absätzen 1 und 2 sowie in den §§ 16 Absatz 1 und 33 Absatz 1 geregelten Kriterien und Verfahrensregeln verpflichtet.

[Zurück zum Prüfbericht](#)

§ 11 Qualifikationsziele und Abschlussniveau

(1) ¹Die Qualifikationsziele und die angestrebten Lernergebnisse sind klar formuliert und tragen den in [Artikel 2 Absatz 3 Nummer 1 Studienakkreditierungsstaatsvertrag](#) genannten Zielen von Hochschulbildung

- wissenschaftliche oder künstlerische Befähigung sowie
- Befähigung zu einer qualifizierten Erwerbstätigkeit und
- Persönlichkeitsentwicklung

nachvollziehbar Rechnung. ²Die Dimension Persönlichkeitsbildung umfasst auch die künftige zivilgesellschaftliche, politische und kulturelle Rolle der Absolventinnen und Absolventen. Die Studierenden sollen nach ihrem Abschluss in der Lage sein, gesellschaftliche Prozesse kritisch, reflektiert sowie mit Verantwortungsbewusstsein und in demokratischem Gemeinsinn maßgeblich mitzugestalten.

(2) Die fachlichen und wissenschaftlichen/künstlerischen Anforderungen umfassen die Aspekte Wissen und Verstehen (Wissensverbreiterung, Wissensvertiefung und Wissensverständnis), Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst (Nutzung und Transfer, wissenschaftliche

Innovation), Kommunikation und Kooperation sowie wissenschaftliches/künstlerisches Selbstverständnis / Professionalität und sind stimmig im Hinblick auf das vermittelte Abschlussniveau.

(3) ¹Bachelorstudiengänge dienen der Vermittlung wissenschaftlicher Grundlagen, Methodenkompetenz und berufsfeldbezogener Qualifikationen und stellen eine breite wissenschaftliche Qualifizierung sicher. ²Konsekutive Masterstudiengänge sind als vertiefende, verbreiternde, fachübergreifende oder fachlich andere Studiengänge ausgestaltet. ³Weiterbildende Masterstudiengänge setzen qualifizierte berufspraktische Erfahrung von in der Regel nicht unter einem Jahr voraus. ⁴Das Studiengangskonzept weiterbildender Masterstudiengänge berücksichtigt die beruflichen Erfahrungen und knüpft zur Erreichung der Qualifikationsziele an diese an. ⁵Bei der Konzeption legt die Hochschule den Zusammenhang von beruflicher Qualifikation und Studienangebot sowie die Gleichwertigkeit der Anforderungen zu konsekutiven Masterstudiengängen dar. ⁶Künstlerische Studiengänge fördern die Fähigkeit zur künstlerischen Gestaltung und entwickeln diese fort.

[Zurück zum Gutachten](#)

§ 12 Schlüssiges Studiengangskonzept und adäquate Umsetzung

§ 12 Abs. 1 Sätze 1 bis 3 und Satz 5

(1) ¹Das Curriculum ist unter Berücksichtigung der festgelegten Eingangsqualifikation und im Hinblick auf die Erreichbarkeit der Qualifikationsziele adäquat aufgebaut. ²Die Qualifikationsziele, die Studiengangsbezeichnung, Abschlussgrad und -bezeichnung und das Modulkonzept sind stimmig aufeinander bezogen. ³Das Studiengangskonzept umfasst vielfältige, an die jeweilige Fachkultur und das Studienformat angepasste Lehr- und Lernformen sowie gegebenenfalls Praxisanteile. ⁵Es bezieht die Studierenden aktiv in die Gestaltung von Lehr- und Lernprozessen ein (studierendenzentriertes Lehren und Lernen) und eröffnet Freiräume für ein selbstgestaltetes Studium.

[Zurück zum Gutachten](#)

§ 12 Abs. 1 Satz 4

⁴Es [das Studiengangskonzept] schafft geeignete Rahmenbedingungen zur Förderung der studentischen Mobilität, die den Studierenden einen Aufenthalt an anderen Hochschulen ohne Zeitverlust ermöglichen.

[Zurück zum Gutachten](#)

§ 12 Abs. 2

(2) ¹Das Curriculum wird durch ausreichendes fachlich und methodisch-didaktisch qualifiziertes Lehrpersonal umgesetzt. ²Die Verbindung von Forschung und Lehre wird entsprechend dem Profil der Hochschulart insbesondere durch hauptberuflich tätige Professorinnen und Professoren sowohl in grundständigen als auch weiterführenden Studiengängen gewährleistet. ³Die Hochschule ergreift geeignete Maßnahmen der Personalauswahl und -qualifizierung.

[Zurück zum Gutachten](#)

§ 12 Abs. 3

(3) Der Studiengang verfügt darüber hinaus über eine angemessene Ressourcenausstattung (insbesondere nichtwissenschaftliches Personal, Raum- und Sachausstattung, einschließlich IT-Infrastruktur, Lehr- und Lernmittel).

[Zurück zum Gutachten](#)

§ 12 Abs. 4

(4) ¹Prüfungen und Prüfungsarten ermöglichen eine aussagekräftige Überprüfung der erreichten Lernergebnisse. ²Sie sind modulbezogen und kompetenzorientiert.

[Zurück zum Gutachten](#)

§ 12 Abs. 5

(5) ¹Die Studierbarkeit in der Regelstudienzeit ist gewährleistet. ²Dies umfasst insbesondere

1. einen planbaren und verlässlichen Studienbetrieb,
2. die weitgehende Überschneidungsfreiheit von Lehrveranstaltungen und Prüfungen,
3. einen plausiblen und der Prüfungsbelastung angemessenen durchschnittlichen Arbeitsaufwand, wobei die Lernergebnisse eines Moduls so zu bemessen sind, dass sie in der Regel innerhalb eines Semesters oder eines Jahres erreicht werden können, was in regelmäßigen Erhebungen validiert wird, und
4. eine adäquate und belastungsangemessene Prüfungsdichte und -organisation, wobei in der Regel für ein Modul nur eine Prüfung vorgesehen wird und Module mindestens einen Umfang von fünf ECTS-Leistungspunkten aufweisen sollen.

[Zurück zum Gutachten](#)

§ 12 Abs. 6

(6) Studiengänge mit besonderem Profilspruch weisen ein in sich geschlossenes Studiengangskonzept aus, das die besonderen Charakteristika des Profils angemessen darstellt.

[Zurück zum Gutachten](#)

§ 13 Fachlich-Inhaltliche Gestaltung der Studiengänge

§ 13 Abs. 1

(1) ¹Die Aktualität und Adäquanz der fachlichen und wissenschaftlichen Anforderungen ist gewährleistet. ²Die fachlich-inhaltliche Gestaltung und die methodisch-didaktischen Ansätze des Curriculums werden kontinuierlich überprüft und an fachliche und didaktische Weiterentwicklungen angepasst. ³Dazu erfolgt eine systematische Berücksichtigung des fachlichen Diskurses auf nationaler und gegebenenfalls internationaler Ebene.

[Zurück zum Gutachten](#)

§ 13 Abs. 2

(2) In Studiengängen, in denen die Bildungsvoraussetzungen für ein Lehramt vermittelt werden, sind Grundlage der Akkreditierung sowohl die Bewertung der Bildungswissenschaften und Fachwissenschaften sowie deren Didaktik nach ländergemeinsamen und länderspezifischen fachlichen Anforderungen als auch die ländergemeinsamen und länderspezifischen strukturellen Vorgaben für die Lehrerausbildung.

§ 13 Abs. 3

(3) ¹Im Rahmen der Akkreditierung von Lehramtsstudiengängen ist insbesondere zu prüfen, ob

1. ein integratives Studium an Universitäten oder gleichgestellten Hochschulen von mindestens zwei Fachwissenschaften und von Bildungswissenschaften in der Bachelorphase sowie in der Masterphase (Ausnahmen sind bei den Fächern Kunst und Musik zulässig),
2. schulpraktische Studien bereits während des Bachelorstudiums und
3. eine Differenzierung des Studiums und der Abschlüsse nach Lehrämtern

erfolgt sind. ²Ausnahmen beim Lehramt für die beruflichen Schulen sind zulässig.

[Zurück zum Gutachten](#)

§ 14 Studienerfolg

¹Der Studiengang unterliegt unter Beteiligung von Studierenden und Absolventinnen und Absolventen einem kontinuierlichen Monitoring. ²Auf dieser Grundlage werden Maßnahmen zur Sicherung des Studienerfolgs abgeleitet. ³Diese werden fortlaufend überprüft und die Ergebnisse für die Weiterentwicklung des Studiengangs genutzt. ⁴Die Beteiligten werden über die Ergebnisse und die ergriffenen Maßnahmen unter Beachtung datenschutzrechtlicher Belange informiert.

[Zurück zum Gutachten](#)

§ 15 Geschlechtergerechtigkeit und Nachteilsausgleich

Die Hochschule verfügt über Konzepte zur Geschlechtergerechtigkeit und zur Förderung der Chancengleichheit von Studierenden in besonderen Lebenslagen, die auf der Ebene des Studiengangs umgesetzt werden.

[Zurück zum Gutachten](#)

§ 16 Sonderregelungen für Joint-Degree-Programme

(1) ¹Für Joint-Degree-Programme finden die Regelungen in § 11 Absätze 1 und 2, sowie § 12 Absatz 1 Sätze 1 bis 3, Absatz 2 Satz 1, Absätze 3 und 4 sowie § 14 entsprechend Anwendung.

²Daneben gilt:

1. Die Zugangsanforderungen und Auswahlverfahren sind der Niveaustufe und der Fachdisziplin, in der der Studiengang angesiedelt ist, angemessen.
2. Es kann nachgewiesen werden, dass mit dem Studiengang die angestrebten Lernergebnisse erreicht werden.
3. Soweit einschlägig, sind die Vorgaben der Richtlinie 2005/36/EG vom 07.09.2005 (ABl. L 255 vom 30.9.2005, S. 22-142) über die Anerkennung von Berufsqualifikationen, zuletzt geändert durch die Richtlinie 2013/55/EU vom 17.01.2014 (ABl. L 354 vom 28.12.2013, S. 132-170) berücksichtigt.
4. Bei der Betreuung, der Gestaltung des Studiengangs und den angewendeten Lehr- und Lernformen werden die Vielfalt der Studierenden und ihrer Bedürfnisse respektiert und die spezifischen Anforderungen mobiler Studierender berücksichtigt.
5. Das Qualitätsmanagementsystem der Hochschule gewährleistet die Umsetzung der vorstehenden und der in § 17 genannten Maßgaben.

(2) Wird ein Joint Degree-Programm von einer inländischen Hochschule gemeinsam mit einer oder mehreren Hochschulen ausländischer Staaten koordiniert und angeboten, die nicht dem Europäischen Hochschulraum angehören (außereuropäische Kooperationspartner), so findet auf Antrag der inländischen Hochschule Absatz 1 entsprechende Anwendung, wenn sich die außereuropäischen Kooperationspartner in der Kooperationsvereinbarung mit der inländischen Hochschule zu einer Akkreditierung unter Anwendung der in Absatz 1, sowie der in den §§ 10 Absätze 1 und 2 und 33 Absatz 1 geregelten Kriterien und Verfahrensregeln verpflichtet.

[Zurück zum Gutachten](#)

§ 19 Kooperationen mit nichthochschulischen Einrichtungen

¹Führt eine Hochschule einen Studiengang in Kooperation mit einer nichthochschulischen Einrichtung durch, ist die Hochschule für die Einhaltung der Maßgaben gemäß der Teile 2 und 3 verantwortlich. ²Die gradverleihende Hochschule darf Entscheidungen über Inhalt und Organisation des Curriculums, über Zulassung, Anerkennung und Anrechnung, über die Aufgabenstellung und Bewertung von Prüfungsleistungen, über die Verwaltung von Prüfungs- und Studierenden-daten, über die Verfahren der Qualitätssicherung sowie über Kriterien und Verfahren der Auswahl des Lehrpersonals nicht delegieren.

[Zurück zum Gutachten](#)

§ 20 Hochschulische Kooperationen

(1) ¹Führt eine Hochschule eine studiengangsbezogene Kooperation mit einer anderen Hochschule durch, gewährleistet die gradverleihende Hochschule bzw. gewährleisten die gradverleihenden Hochschulen die Umsetzung und die Qualität des Studiengangskonzeptes. ²Art und Umfang der Kooperation sind beschrieben und die der Kooperation zu Grunde liegenden Vereinbarungen dokumentiert.

(2) ¹Führt eine systemakkreditierte Hochschule eine studiengangsbezogene Kooperation mit einer anderen Hochschule durch, kann die systemakkreditierte Hochschule dem Studiengang das Siegel des Akkreditierungsrates gemäß § 22 Absatz 4 Satz 2 verleihen, sofern sie selbst gradverleihend ist und die Umsetzung und die Qualität des Studiengangskonzeptes gewährleistet. ²Abs. 1 Satz 2 gilt entsprechend.

(3) ¹Im Fall der Kooperation von Hochschulen auf der Ebene ihrer Qualitätsmanagementsysteme ist eine Systemakkreditierung jeder der beteiligten Hochschulen erforderlich. ²Auf Antrag der kooperierenden Hochschulen ist ein gemeinsames Verfahren der Systemakkreditierung zulässig.

[Zurück zum Gutachten](#)

§ 21 Besondere Kriterien für Bachelorausbildungsgänge an Berufsakademien

(1) ¹Die hauptberuflichen Lehrkräfte an Berufsakademien müssen die Einstellungsvoraussetzungen für Professorinnen und Professoren an Fachhochschulen gemäß § 44 Hochschulrahmengesetz in der Fassung der Bekanntmachung vom 19. Januar 1999 (BGBl. I S. 18), das zuletzt durch Artikel 6 Absatz 2 des Gesetzes vom 23. Mai 2017 (BGBl. I S. 1228) geändert worden ist, erfüllen. ²Soweit Lehrangebote überwiegend der Vermittlung praktischer Fertigkeiten und Kenntnisse dienen, für die nicht die Einstellungsvoraussetzungen für Professorinnen oder Professoren an Fachhochschulen erforderlich sind, können diese entsprechend § 56 Hochschulrahmengesetz und einschlägigem Landesrecht hauptberuflich tätigen Lehrkräften für besondere Aufgaben übertragen werden. ³Der Anteil der Lehre, der von hauptberuflichen Lehrkräften erbracht wird, soll 40 Prozent nicht unterschreiten. ⁴Im Ausnahmefall gehören dazu auch Professorinnen oder Professoren an Fachhochschulen oder Universitäten, die in Nebentätigkeit an einer Berufsakademie lehren, wenn auch durch sie die Kontinuität im Lehrangebot und die Konsistenz der Gesamtbildung sowie verpflichtend die Betreuung und Beratung der Studierenden gewährleistet sind; das Vorliegen dieser Voraussetzungen ist im Rahmen der Akkreditierung des einzelnen Studiengangs gesondert festzustellen.

(2) ¹Absatz 1 Satz 1 gilt entsprechend für nebenberufliche Lehrkräfte, die theoriebasierte, zu ECTS-Leistungspunkten führende Lehrveranstaltungen anbieten oder die als Prüferinnen oder Prüfer an der Ausgabe und Bewertung der Bachelorarbeit mitwirken. ²Lehrveranstaltungen nach Satz 1 können ausnahmsweise auch von nebenberuflichen Lehrkräften angeboten werden, die über einen fachlich einschlägigen Hochschulabschluss oder einen gleichwertigen Abschluss sowie über eine fachwissenschaftliche und didaktische Befähigung und über eine mehrjährige fachlich einschlägige Berufserfahrung entsprechend den Anforderungen an die Lehrveranstaltung verfügen.

(3) Im Rahmen der Akkreditierung ist auch zu überprüfen:

1. das Zusammenwirken der unterschiedlichen Lernorte (Studienakademie und Betrieb),
2. die Sicherung von Qualität und Kontinuität im Lehrangebot und in der Betreuung und Beratung der Studierenden vor dem Hintergrund der besonderen Personalstruktur an Berufsakademien und

3. das Bestehen eines nachhaltigen Qualitätsmanagementsystems, das die unterschiedlichen Lernorte umfasst.

[Zurück zum Gutachten](#)

Art. 2 Abs. 3 Nr. 1 Studienakkreditierungsstaatsvertrag

Zu den fachlich-inhaltlichen Kriterien gehören

1. dem angestrebten Abschlussniveau entsprechende Qualifikationsziele eines Studiengangs unter anderem bezogen auf den Bereich der wissenschaftlichen oder der künstlerischen Befähigung sowie die Befähigung zu einer qualifizierten Erwerbstätigkeit und Persönlichkeitsentwicklung

[Zurück zu § 11 MRVO](#)

[Zurück zum Gutachten](#)