

Akkreditierungsbericht

Programmakkreditierung – Bündelverfahren

Raster Fassung 02 – 04.03.2020



[▶ Inhaltsverzeichnis](#)

Hochschule	Private Hochschule Göttingen - PFH
Ggf. Standort	Göttingen

Studiengang 01	<i>Digital Marketing & Sales for Creator Economy</i>	
Abschlussbezeichnung	Bachelor of Science	
Studienform	Präsenz <input checked="" type="checkbox"/>	Fernstudium <input type="checkbox"/>
	Vollzeit <input checked="" type="checkbox"/>	Intensiv <input checked="" 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)	6	
Anzahl der vergebenen ECTS-Punkte	210	
Bei Masterprogrammen:	konsekutiv <input type="checkbox"/>	weiterbildend <input type="checkbox"/>
Aufnahme des Studienbetriebs am (Datum)	01.10.2023	
Aufnahmekapazität (Maximale Anzahl der Studienplätze)	90	Pro Semester <input type="checkbox"/> Pro Jahr <input checked="" type="checkbox"/>
Durchschnittliche Anzahl* der Studienanfängerinnen und Studienanfänger		Pro Semester <input type="checkbox"/> Pro Jahr <input type="checkbox"/>
Durchschnittliche Anzahl* der Absolventinnen und Absolventen		Pro Semester <input type="checkbox"/> Pro Jahr <input type="checkbox"/>
* Bezugszeitraum:		

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

Verantwortliche Agentur	Foundation for International Business Administration Accreditation (FIBAA)
Zuständige Referentin	Christiane Butler
Akkreditierungsbericht vom	24.03.2022

Studiengang 02	<i>Entrepreneurship und Start-up-Creation</i>	
Abschlussbezeichnung	Bachelor of Science	
Studienform	Präsenz <input checked="" type="checkbox"/>	Fernstudium <input type="checkbox"/>
	Vollzeit <input checked="" type="checkbox"/>	Intensiv <input checked="" 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)	6	
Anzahl der vergebenen ECTS-Punkte	210	
Bei Masterprogrammen:	konsekutiv <input type="checkbox"/>	weiterbildend <input type="checkbox"/>
Aufnahme des Studienbetriebs am (Datum)	01.10.2023	
Aufnahmekapazität (Maximale Anzahl der Studienplätze)	90	Pro Semester <input type="checkbox"/> Pro Jahr <input checked="" type="checkbox"/>
Durchschnittliche Anzahl* der Studienanfängerinnen und Studienanfänger		Pro Semester <input type="checkbox"/> Pro Jahr <input type="checkbox"/>
Durchschnittliche Anzahl* der Absolvierenden und Absolventen		Pro Semester <input type="checkbox"/> Pro Jahr <input type="checkbox"/>
* Bezugszeitraum:		

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

Studiengang 03	<i>Master of Business Administration</i>	
Abschlussbezeichnung	MBA	
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	
Bei Masterprogrammen:	konsekutiv <input type="checkbox"/>	weiterbildend <input checked="" type="checkbox"/>
Aufnahme des Studienbetriebs am (Datum)	01.10.2023	
Aufnahmekapazität (Maximale Anzahl der Studienplätze)	100	Pro Semester <input type="checkbox"/> Pro Jahr <input checked="" type="checkbox"/>
Durchschnittliche Anzahl* der Studienanfängerinnen und Studienanfänger		Pro Semester <input type="checkbox"/> Pro Jahr <input type="checkbox"/>
Durchschnittliche Anzahl* der Absolvierenden und Absolventen		Pro Semester <input type="checkbox"/> Pro Jahr <input type="checkbox"/>
* Bezugszeitraum:		

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

Inhalt

<i>Ergebnisse auf einen Blick</i>	6
Studiengang 01 Digital Marketing & Sales for Creator Economy (B.Sc.) (Intensivstudiengang)	6
Studiengang 02 Entrepreneurship und Start-up-Creation (B.Sc.) (Intensivstudiengang)	7
Studiengang 03 Master of Business Administration (MBA)	7
<i>Kurzprofile der Studiengänge</i>	8
Studiengang 01 Digital Marketing & Sales for Creator Economy (B.Sc.) (Intensivstudiengang)	8
Studiengang 02 Entrepreneurship und Start-up-Creation (B.Sc.) (Intensivstudiengang)	8
Studiengang 03 Master of Business Administration (MBA)	9
<i>Zusammenfassende Qualitätsbewertung des Gutachtergremiums</i>	10
Studiengang 01: Digital Marketing & Sales for Creator Economy (B.Sc.) (Intensivstudiengang)	10
Studiengang 02: Entrepreneurship und Start-up-Creation (B.Sc.) (Intensivstudiengang)	11
Studiengang 03: Master of Business Administration (MBA)	11
1 Prüfbericht: Erfüllung der formalen Kriterien	12
<i>Studienstruktur und Studiendauer (§ 3 Nds. StudAkkVO)</i>	12
<i>Studiengangsprofile (§ 4 Nds. StudAkkVO)</i>	12
<i>Zugangsvoraussetzungen und Übergänge zwischen Studienangeboten (§ 5 Nds. StudAkkVO)</i>	12
<i>Abschlüsse und Abschlussbezeichnungen (§ 6 Nds. StudAkkVO)</i>	14
<i>Modularisierung (§ 7 Nds. StudAkkVO)</i>	15
<i>Leistungspunktesystem (§ 8 Nds. StudAkkVO)</i>	15
<i>Anerkennung und Anrechnung (Art. 2 Abs. 2 StAkkrStV)</i>	16
2 Gutachten: Erfüllung der fachlich-inhaltlichen Kriterien	17
2.1 <i>Schwerpunkte der Bewertung / Fokus der Qualitätsentwicklung</i>	17
2.2 <i>Erfüllung der fachlich-inhaltlichen Kriterien</i>	17
Qualifikationsziele und Abschlussniveau (§ 11 Nds. StudAkkVO)	17
Schlüssiges Studiengangskonzept und adäquate Umsetzung (§ 12 Nds. StudAkkVO)	24
Curriculum (§ 12 Abs. 1 Sätze 1 bis 3 und 5 Nds. StudAkkVO)	24
Mobilität (§ 12 Abs. 1 Satz 4 Nds. StudAkkVO)	39
Personelle Ausstattung (§ 12 Abs. 2 Nds. StudAkkVO)	40
Ressourcenausstattung (§ 12 Abs. 3 Nds. StudAkkVO)	42
Prüfungssystem (§ 12 Abs. 4 Nds. StudAkkVO)	45
Studierbarkeit (§ 12 Abs. 5 Nds. StudAkkVO)	46
Besonderer Profilanspruch (§ 12 Abs. 6 Nds. StudAkkVO)	47
Fachlich-Inhaltliche Gestaltung der Studiengänge (§ 13 Nds. StudAkkVO)	50
Aktualität der fachlichen und wissenschaftlichen Anforderungen (§ 13 Abs. 1 Nds. StudAkkVO)	50

Studienerfolg (§ 14 Nds. StudAkkVO).....	51
Geschlechtergerechtigkeit und Nachteilsausgleich (§ 15 Nds. StudAkkVO).....	53
3 Begutachtungsverfahren	58
3.1 <i>Allgemeine Hinweise</i>	58
3.2 <i>Rechtliche Grundlagen</i>	58
3.3 <i>Gutachtergremium</i>	58
4 Datenblatt	59
4.1 <i>Daten zum Studiengang</i>	59
4.2 <i>Daten zur Akkreditierung</i>	59
5 Glossar	60

Ergebnisse auf einen Blick

Studiengang 01 Digital Marketing & Sales for Creator Economy (B.Sc.) (Intensivstudiengang)

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 Auflage vor:

Auflage 1 (Kriterium § 12 Abs. 2 Nds. StudAkkVO Personelle Ausstattung):

Die Hochschule stellt, insbesondere für den Schwerpunkt Digital Marketing, sicher, dass ausreichend fachlich und methodisch-didaktisch qualifiziertes Lehrpersonal vorhanden ist.

Studiengang 02 Entrepreneurship und Start-up-Creation (B.Sc.) (Intensivstudiengang)

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

Die formalen Kriterien sind

- erfüllt
- nicht erfüllt

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

Die fachlich-inhaltlichen Kriterien sind

- erfüllt
- nicht erfüllt

Studiengang 03 Master of Business Administration (MBA)

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

Die formalen Kriterien sind

- erfüllt
- nicht erfüllt

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

Die fachlich-inhaltlichen Kriterien sind

- erfüllt
- nicht erfüllt

Kurzprofile der Studiengänge

Die private Hochschule PFH Göttingen versteht sich in ihrem inhaltlichen und institutionellen Anspruch als Hochschule für angewandte Wissenschaften mit einer speziellen Ausrichtung auf die Bedürfnisse berufsbegleitender Studierender. Ihre Schwerpunkte liegen in den Bereichen Management, Psychologie, Innovation und Technologie. Gemäß ihrem Leitbild verfolgt sie eine praxisbezogene und anwendungsorientierte Ausrichtung mit einer Kombination in der Didaktik aus Campus- und Fernstudium als wesentliche Profilm Merkmale. Mit diesen Formaten aus Präsenz- und Fernlehre sieht sich die PFH als hybride Hochschule mit dem Ziel das „Beste aus beiden Welten“ für die Studierenden zu kombinieren. Das Studienangebot teilt sich thematisch in die drei Departements Management & Law, Psychologie und Technologie. Die drei vorliegenden Studiengänge sind dem Bereich Management & Law zugeordnet. Die beiden vorliegenden Bachelorstudiengänge sind als Intensivstudiengänge ausgelegt. Hier kann die Hochschule auf eine langjährige Erfahrung aufbauen.

Studiengang 01 Digital Marketing & Sales for Creator Economy (B.Sc.) (Intensivstudiengang)

Der Intensivstudiengang ist mit 210 ECTS-Leistungspunkten über sechs Semester konzipiert. Pro Jahr werden bis maximal 72 ECTS-Leistungspunkte vergeben.

Studierende erwerben allgemeine Fach- und Methodenkompetenzen aus dem Bereich der Betriebswirtschaftslehre ergänzt um spezielle digitale Fach- und Methodenkompetenzen des Digital Marketing und Sales Management. Hierzu zählen beispielweise Kompetenzfelder wie Search Engine & Social Media Fundamentals, Content & Influencer Marketing, Entrepreneurial und Creator Economy Performance.

Außerdem erwerben die Studierenden ein breites Spektrum an Selbst- und Sozialkompetenzen, die sie auf die Bewältigung beruflicher Herausforderungen vorbereiten. Mehrere Praktika während des Studiums stellen eine enge Verzahnung von Wissenschaft und Praxis her. Absolventinnen und Absolventen werden auf berufliche Tätigkeitsfelder in Bereichen des Marketings und des Vertriebs nicht nur aber insbesondere für Unternehmen der Creator Economy vorbereitet. Zu den Inhalten gehören auch generalistische Themen wie beispielweise Produktion, Controlling, Wirtschaftsinformatik und HR.

Studiengang 02 Entrepreneurship und Start-up-Creation (B.Sc.) (Intensivstudiengang)

Der Intensivstudiengang ist mit 210 ECTS-Leistungspunkten über sechs Semester konzipiert. Pro Jahr werden bis maximal 72 ECTS-Leistungspunkte erworben.

Studierende erwerben allgemeine Fach- und Methodenkompetenzen aus dem Bereich der Betriebswirtschaftslehre mit einem Fokus auf Entrepreneurship. Hierzu zählen beispielweise Kompetenzfelder wie Entrepreneurial Leadership, Entrepreneurial und Start-up-Performance und Sustainable Entrepreneurship. Außerdem erwerben die Studierenden ein breites Spektrum an Selbst- und Sozialkompetenzen, die sie auf die Bewältigung beruflicher Herausforderungen vorbereiten. Mehrere Praktika während des Studiums stellen eine enge Verzahnung von Wissenschaft und Praxis her.

Diese Qualifikationen bereiten die Absolventinnen und Absolventen auf die Entwicklung und Umsetzung einer Gründungsidee und die Innovationsumsetzung im Unternehmen (Intrapreneurship)

sowie auf flankierende Bereiche, wie z.B. das Consulting im Strategie- und Innovationsbereich, vor. Zu den Inhalten gehören auch generalistische Themen wie beispielweise Produktion, Controlling, Wirtschaftsinformatik und HR.

Studiengang 03 Master of Business Administration (MBA)

Der weiterbildende Masterstudiengang ist mit 90 ECTS-Leistungspunkten über drei Semester konzipiert. Die Lehrinhalte werden mit Online-Instrumenten und im Campusstudium vermittelt, um den Studierenden eine größere Flexibilität bezüglich ihrer individuellen Lernbiografie zu ermöglichen.

Studierende werden befähigt, auf der Basis bereits vorhandener wissenschaftlicher Qualifikationen und beruflicher Erfahrungen, Management- und Führungsaufgaben in Organisationen verschiedener Größe zu übernehmen. Neben den klassischen Inhalten, wie Personal, Accounting, Controlling, Innovationsmanagement und International Economics, können sich Studierende in zwei von vier angebotenen Schwerpunktbereichen spezialisieren: Industrielles Management und Logistik, Vertriebsmanagement, Internationales Marketing und E-Business.

Durch eine praxisbezogene Lehre und mehrere Praktika während des Studiums wird eine enge Verzahnung von Wissenschaft und Praxis angestrebt. Das Programm richtet sich an Absolventinnen und Absolventen nicht wirtschaftswissenschaftlicher Studiengänge, die über ein Jahr qualifizierte Berufserfahrung nach ihrem Bachelorabschluss verfügen.

Zusammenfassende Qualitätsbewertung des Gutachtergremiums

In den Gesprächsrunden im Rahmen der zweitägigen Digitalkonferenz hat sich das Gutachtergremium einen vertieften Eindruck über die Inhalte und Qualifikationsziele in den Studiengängen verschafft. Die drei neu konzipierten Studiengänge fügen sich gut in das bestehende Portfolio der PFH Göttingen ein und erweitern das Angebot um zwei Bachelor- und einen Masterstudiengang im wirtschaftswissenschaftlichen Bereich. Der Gesamteindruck des Gutachtergremiums hinsichtlich der drei neuen Studiengänge ist positiv. Die Inhalte treffen den Puls der Zeit und die Hochschule überzeugt durch ihre langjährige Erfahrung.

Besonders positiv ist die klare Zielsetzung hinsichtlich der Vorbereitung auf die Berufspraxis aufgefallen. Die Beschreibung der Qualifikationsziele mit Hinblick auf die Berufsbefähigung ist schlüssig. In mehreren Praktika im In- und Ausland werden Studierende kontinuierlich an die Praxis herangeführt und erhalten so immer wieder tiefe Einblicke in die Anwendung der Studieninhalte. Sie können sich durch die Praktika auch einen Studienschwerpunkt setzen und ihre Lernbiografie individualisieren.

Die studentische Mobilität ist gegeben und entsprechende Regelungen finden auch in anderen vergleichbaren Studiengängen der Hochschule ihre Umsetzung. Die Hochschule verfügt über viele Kooperationspartnerschaften mit ausländischen Hochschulen und setzte Studierenden-Austausche in der Vergangenheit vor allem im Rahmen des Erasmus-Programms um. Für die drei neuen Studiengänge wäre jetzt der richtige Zeitpunkt, noch gezielter relevante Kooperationen, die für die thematischen Schwerpunkte der Studiengänge passend sind, auszusuchen und die Kontakte zu intensivieren. Das Gutachtergremium empfiehlt den Verantwortlichen, eine Strategie für die Internationalisierung der Hochschule zu formulieren.

Positiv beurteilt das Gutachtergremium das Betreuungskonzept der Hochschule. Jedem Studierenden ist eine individuelle Ansprechperson zugeordnet. Inhaltliche Fragen werden darüber hinaus durch schnelle Erreichbarkeit und Rückkopplung an Dozierende und Tutorinnen und Tutoren zeitnah gelöst. Dies spiegelte sich auch in den Gesprächen mit Studierenden und Absolventinnen und Absolventen ähnlicher Studiengänge wider.

Um das erklärte Ziel einer hybriden Hochschule umzusetzen, sollten noch mehr digitale Lehrinhalte in die Lehre einfließen und die Dozierenden entsprechende Fortbildungen erhalten.

Studiengang 01: Digital Marketing & Sales for Creator Economy (B.Sc.) (Intensivstudiengang)

Das Gutachtergremium hat einen positiven Gesamteindruck gewonnen. Nach den digitalen Gesprächen mit den am Studiengang Beteiligten verfestigte sich der Eindruck, dass die vermittelten Inhalte und Qualifikationsziele dem angestrebten Bachelorniveau entsprechen sowie den aktuellen Anforderungen an die angestrebten Berufsfelder gerecht werden.

In diesem Intensivstudiengang können die Studierenden in insgesamt 40 Wochen Praktikum theoretisches Wissen unmittelbar in die Praxis umsetzen. Das Gutachtergremium schätzt den starken Praxistransfer, der die Berufsbefähigung zusätzlich fördert.

Die beiden Schwerpunkte Digital Marketing und Sales for Creator Economy sind klar herausgestellt und finden eine ausgewogene Berücksichtigung im Studiengang. Zudem hebt das Gutachtergremium positiv hervor, dass digitale Lehrmethoden die Thematik des Studiengangs unterstützen.

Das Lehrpersonal ist fachlich sowie methodisch gut aufgestellt. Eine Professur für den Bereich BWL mit Schwerpunkt internationales Marketing ist noch zu besetzen. Die Stelle ist bereits ausgeschrieben. Das Gutachtergremium fordert die Hochschule auf, insbesondere die Schwerpunktmodule zum Themenbereich Digital Marketing mit hauptamtlichem Lehrpersonal zu besetzen. Die Hochschule muss sicherstellen, dass für diesen Schwerpunkt ausreichend fachlich und methodisch-didaktisch qualifiziertes Lehrpersonal zur Verfügung steht.

Studiengang 02: Entrepreneurship und Start-up-Creation (B.Sc.) (Intensivstudiengang)

Das Gutachtergremium hat einen positiven Gesamteindruck gewonnen. Nach den digitalen Gesprächen mit den am Studiengang Beteiligten verfestigte sich der Eindruck, dass die vermittelten Inhalte und Qualifikationsziele dem angestrebten Bachelorniveau entsprechen sowie den aktuellen Anforderungen an die angestrebten Berufsfelder gerecht werden.

In diesem Intensivstudiengang können die Studierenden in insgesamt 40 Wochen Praktikum theoretisches Wissen unmittelbar in die Praxis umsetzen. Das Gutachtergremium schätzt den starken Praxistransfer, der die Berufsbefähigung zusätzlich fördert.

Die Schwerpunkte in Richtung Start-up-Creation sollten noch klarer herausgestellt und die Gewichtung der Inhalte reflektiert werden. Es könnten Inhalte zu Marketing und Sales erhöht und zu Personalmanagement ergänzt werden. Das Gutachtergremium empfiehlt außerdem, mehr digitale Lehranteile zu integrieren, um mit der Zeit zu gehen.

Studiengang 03: Master of Business Administration (MBA)

Das Gutachtergremium hat einen positiven Gesamteindruck gewonnen. In den Gesprächen im Rahmen der Digitalkonferenz konnte sich das Gutachtergremium einen vertieften Eindruck darüber verschaffen, welche Inhalte und Qualifikationsziele im Studiengang vermittelt werden sollen. Die Zielsetzung wird im Curriculum gut umgesetzt. Der neue Studiengang soll als Pendant zum etablierten MBA-Fernstudiengang in Präsenz durchgeführt werden und ergänzt somit schlüssig das Studienangebot der PFH. Damit wird eine weitere Zielgruppe angesprochen – Studierende mit weniger Berufserfahrung, die bereits ein Jahr nach ihrem Bachelorstudium einen MBA anschließen wollen.

Das Gutachtergremium empfiehlt die Themen Mitarbeiterführung, digitale Kompetenz und Kommunikation in den Soft Skills Modulen ein- bzw. auszubauen.

1 Prüfbericht: Erfüllung der formalen Kriterien

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

Studienstruktur und Studiendauer (§ 3 Nds. StudAkkVO)

Sachstand/Bewertung

Die zwei Intensivstudiengänge Digital Marketing & Sales for Creator Economy (B.Sc.) und Entrepreneurship und Start-up-Creation (B.Sc.) umfassen je 210 ECTS-Leistungspunkte bei einer Regelstudienzeit von sechs Semestern in Vollzeit. Die Studiengänge starten jährlich im Oktober.

Der weiterbildende Masterstudiengang Master of Business Administration (MBA) umfasst 90 ECTS-Leistungspunkte bei einer Regelstudienzeit von drei Semestern in Vollzeit. Der Studiengang startet jährlich im April und Oktober.

Entscheidungsvorschlag

Kriterium ist erfüllt.

Studiengangsprofile (§ 4 Nds. StudAkkVO)

Sachstand/Bewertung

Die Studiengänge schließen mit einer Abschlussarbeit (Thesis) ab, die jeweils in den §§ 27-29 der studiengangsspezifischen Prüfungsordnung (PO) sowie im allgemeinen Teil der Prüfungsordnung (PO AT) (vgl. § 9 PO AT) geregelt ist.

Die Abschlussarbeit soll nach § 9 Abs. 1 PO AT zeigen, dass eine Studentin oder ein Student in der Lage ist, innerhalb einer vorgegebenen Frist ein Problem aus dieser Fachrichtung selbständig nach wissenschaftlichen Methoden zu bearbeiten. Thema und Aufgabenstellung der Thesis müssen den Anforderungen des Prüfungszwecks und der Bearbeitungszeit des jeweiligen Studienganges entsprechen. Die Art der Aufgabe und die Aufgabenstellung müssen mit der Ausgabe des Themas festliegen.

Entscheidungsvorschlag

Kriterium ist erfüllt.

Zugangsvoraussetzungen und Übergänge zwischen Studienangeboten (§ 5 Nds. StudAkkVO)

Sachstand/Bewertung

Für Bachelorstudiengänge

§ 22 Allgemeine Zulassungsvoraussetzung und Zulassungsverfahren der studiengangsspezifischen PO für Bachelorstudiengänge regelt den Zugang zum Studium:

Zugelassen zum Studium wird, wer bei der Antragstellung auf Zulassung:

- den Nachweis über die allgemeine Hochschulreife, die allgemeine Fachhochschulreife, eine fachgebundene Fachhochschulreife oder eine andere Hochschulzugangsberechtigung nach Maßgabe des Niedersächsischen Hochschulgesetzes erbringt,

- eine Erklärung darüber abgibt, ob bereits eine Bachelorprüfung oder Teile dieser Prüfung in demselben Studiengang oder einem entsprechenden Studiengang an einer Hochschule in der Bundesrepublik Deutschland endgültig nicht bestanden ist,
- eine Eignungsprüfung erfolgreich bestanden hat. Diese besteht aus
 - o den vollständigen Bewerbungsunterlagen nach Abs. 1, Ziff. 1-2 zuzüglich eines Lebenslaufes
 - o einem Auswahltest mit einer Dauer von zwei Stunden
 - o einem Auswahlgespräch vor einer Auswahlkommission¹.

Im Auswahlverfahren wird danach gefragt, wie die Studieninteressentinnen und -interessenten das Studium finanzieren wollen. Dabei wird betont, dass auf keinen Fall empfohlen wird, das Studium durch eigene Arbeitsleistungen parallel zu finanzieren, da dies nicht möglich sein würde (vgl. S. 32 Selbstbericht).

Ist es nicht möglich, eine nach Satz 1 erforderliche Unterlage in der vorgeschriebenen Weise beizufügen, kann der Prüfungsausschuss gestatten, den Nachweis auf andere Art zu führen.

Die Zulassung wird versagt, wenn:

- die Zulassungsvoraussetzungen nicht erfüllt sind oder
- die Unterlagen unvollständig sind oder
- die Bachelorprüfung in demselben Studiengang oder einem entsprechenden Studiengang an einer Hochschule in der Bundesrepublik Deutschland bereits endgültig nicht bestanden ist.

Für den Masterstudiengang

§ 2 der Zulassungsordnung (ZO MBA) für den Masterstudiengang Master of Business Administration regelt den Zugang zum Studium:

Voraussetzung für den Zugang zum Studiengang ist, dass die Bewerberin oder der Bewerber:

- entweder an einer deutschen Hochschule oder an einer Hochschule, die einem der Bologna-Signaturstaaten angehört, einen Bachelorabschluss im Umfang von mindestens 180 ECTS-Leistungspunkten oder einen diesem gleichwertigen Abschluss in einem nichtwirtschaftswissenschaftlichen oder nicht eng verwandten Studiengang erworben hat, oder
- an einer anderen ausländischen Hochschule einen gleichwertigen Abschluss in einem nichtwirtschaftswissenschaftlichen oder nicht eng verwandten Studiengang erworben hat; die Gleichwertigkeit wird nach Maßgabe der Bewertungsvorschläge der Zentralstelle für ausländisches Bildungswesen beim Sekretariat der Kultusministerkonferenz (www.anabin.de) festgestellt,
- eine mindestens einjährige qualifizierende Berufspraxis nach dem ersten Bachelorabschluss und
- die besondere Eignung gemäß Absatz 2 nachweist (siehe weiter unten).

¹ Der Auswahlkommission gehören drei stimmberechtigte Mitglieder an, die der Hochschullehrenden- oder der Mitarbeitenden angehören müssen. Wenigstens ein Mitglied muss der Hochschullehrenden angehören. Die Mitglieder werden durch das Präsidium eingesetzt. Die Amtszeit der Mitglieder beträgt zwei Jahre, Wiederbestellung ist möglich. Die Auswahlkommission ist beschlussfähig, wenn mindestens zwei stimmberechtigte Mitglieder anwesend sind (vgl. § 5 ZO MBA).

Die Entscheidung, ob ein Studiengang fachlich nicht eng verwandt ist oder eine Aufnahme trotz fachlich enger Studienausrichtung aufgenommen werden kann, trifft die nach der Prüfungsordnung zuständige Stelle; die positive Feststellung kann mit der Auflage verbunden werden, noch fehlende Module innerhalb von zwei Semestern nachzuholen.

Die besondere Eignung nach § 2 Absatz 2 der ZO MBA setzt voraus:

- einen qualifizierten Bachelorabschluss mit mindestens der Note 2,5 sowie
- den Nachweis einer besonderen Motivation für den gewählten Studiengang:

Der Nachweis der besonderen Motivation erfolgt durch ein dem Bewerbungsschreiben beizufügendes Motivationsschreiben (Umfang im eigenen Ermessen), in dem Folgendes darzulegen ist:

- o auf Grund welcher spezifischen Begabungen und Interessen die Bewerberin oder der Bewerber sich für diesen Studiengang besonders geeignet hält,
- o ob sich die Bewerberin oder der Bewerber mit dem anzustrebenden Beruf identifiziert,
- o inwieweit sie oder er zu wissenschaftlicher bzw. grundlagen- und methoden-orientierter Arbeitsweise befähigt ist und
- o über sichere Kenntnisse der wissenschaftlichen Grundlagen bzw. des Basiswissens aus dem Erststudium verfügt.

Die Motivationsschreiben werden von der Auswahlkommission begutachtet.

Unter Einbezug des Bachelorstudiums mit mindestens 180 ECTS-Leistungspunkten (vgl. § 2 ZO) und der einjährigen Berufserfahrung (mögliche Anrechnung von bis zu 30 ECTS-Leistungspunkten, vgl. § 8 ZO MBA) werden mit Abschluss des Masterstudiums (90 ECTS-Leistungspunkte) 300 ECTS-Leistungspunkte erworben.

Entscheidungsvorschlag

Kriterium ist erfüllt.

Abschlüsse und Abschlussbezeichnungen (§ 6 Nds. StudAkkVO)

Sachstand/Bewertung

Die Studiengänge werden der Fächergruppe der Wirtschaftswissenschaften zugeordnet.

Nach erfolgreich abgeschlossenem Bachelorstudium wird der Grad Bachelor of Science (B.Sc.) durch die PFH verliehen.

Nach erfolgreich abgeschlossenem Masterstudium wird der Grad Master of Business Administration (MBA) verliehen.

Für die Verleihung des akademischen Grades werden eine Urkunde und ein Zeugnis ausgestellt. Zudem wird ein Diploma Supplement in englischer Version ausgehändigt (vgl. § 31 der studien-gangsspezifischen PO). Die Hochschule hat dazu die zwischen Kultusministerkonferenz und Hochschulrektorenkonferenz abgestimmte aktuelle Fassung (Stand 2018) eingereicht. Es wird eine relative Note angegeben (vgl. PO AT § 16 Abs. 7).

Entscheidungsvorschlag

Kriterium ist erfüllt.

Modularisierung (§ 7 Nds. StudAkkVO)

Sachstand/Bewertung

Die Studiengänge sind vollständig modularisiert und mit einem Leistungspunktesystem ausgestattet. Alle Module werden innerhalb eines Semesters abgeschlossen. Jedes Modul hat einen Umfang von mindestens fünf ECTS-Leistungspunkten und wird mit einer Prüfung abgeschlossen.

Die Modulbeschreibungen enthalten Informationen zu Inhalten und Qualifikationszielen, zu Lehr- und Lernformen, zur Verwendbarkeit des Moduls, zur Häufigkeit des Angebots, zu ECTS-Leistungspunkten, zum Arbeitsaufwand und zur Dauer des Moduls.

Sie beschreiben Voraussetzungen für die Teilnahme und für die Vergabe von ECTS-Leistungspunkten (gemäß European Credit Transfer System).

Die Benotungsskala der PFH ist im Diploma Supplement aufgeführt. Die Curriculumsübersichten enthalten Informationen zur Gewichtung des Moduls.

Entscheidungsvorschlag

Kriterium ist erfüllt.

Leistungspunktesystem (§ 8 Nds. StudAkkVO)

Sachstand/Bewertung

Die studentische Arbeitszeit pro ECTS-Leistungspunkt beträgt in den Bachelorstudiengängen 30 Zeitstunden (vgl. § 21 Abs. 5 PO Bachelorstudiengänge) und 25 Zeitstunden pro ECTS-Leistungspunkt im Masterstudiengang (vgl. § 21 Abs. 5 PO MBA). In den Intensiv-Bachelorstudiengängen erwerben Studierende pro Jahr bis maximal 72 ECTS-Leistungspunkte (zwischen 29 und 42 ECTS-Leistungspunkten pro Semester). Den außerordentlich hohen Semesterworkload im zweiten und dritten Semester (42 und 40 ECTS-Leistungspunkte) erklärt die Hochschule mit dem Workload für Pflichtpraktika, die während der vorlesungsfreien Zeit anberaumt werden. Ohne die Kurz-Praktika während der vorlesungsfreien Zeit beträgt der Workload zwischen 22 und 32 ECTS-Leistungspunkten pro Semester. Die Hochschule hat die besonderen studienorganisatorischen Maßnahmen u.a. betreffend Lernumfeld und Betreuung, Studienstruktur, Studienplanung und Maßnahmen zur Sicherung des Lebensunterhalts in ihrem Selbstbericht dargelegt (siehe Kapitel § 12 (5) sowie § 12 (6) Nds. StudAkkVO).

Masterstudierende erwerben zwischen 29 und 31 ECTS-Leistungspunkte pro Semester.

Laut Anlage I der studiengangsspezifischen PO und dem Modulhandbuch umfasst die Abschlussarbeit im Bachelor elf ECTS-Leistungspunkte bei einer Bearbeitungszeit von acht Wochen und einem Umfang von ca. 35 Seiten. Die dazugehörige Disputation wird mit einem ECTS-Leistungspunkt kreditiert und beträgt 30 Minuten (vgl. §§ 27 und 28 PO Bachelorstudiengänge).

Laut Anlage I der studiengangsspezifischen PO und dem Modulhandbuch umfasst die Abschlussarbeit im Master 23 ECTS-Leistungspunkte bei einer Bearbeitungszeit von drei Monaten und einem Umfang von ca. 45 Seiten. Die Disputation wird mit einem ECTS-Leistungspunkt kreditiert und beträgt ca. 45 Minuten. Die Prüfung wird von der Erstprüferin/dem Erstprüfer und einer/einem sachkundigen Beisitzerin/Beisitzer abgenommen (vgl. §§ 27 und 28 PO MBA).

Entscheidungsvorschlag

Kriterium ist erfüllt.

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

Sachstand/Bewertung

Studienzeiten, Studienleistungen und Prüfungsleistungen, die an anderen in- und ausländischen Hochschulen oder an der PFH – Private Hochschule erbracht worden sind, sind anzuerkennen, sofern durch die Hochschule keine wesentlichen Unterschiede gegenüber dem Antragsteller nachgewiesen (festgestellt und begründet) werden können. Dabei ist kein schematischer Vergleich, sondern eine Gesamtbetrachtung und Gesamtbewertung im Hinblick auf die Bedeutung der Leistungen für den Zweck der Prüfungen nach den Vorgaben des Speziellen Teils der Prüfungsordnung vorzunehmen (vgl. § 13 Abs. 1 PO AT).

Qualifikationen, die in Fachweiterbildungen erworben wurden, können im Rahmen eines qualitätsgesicherten pauschalen Anrechnungsverfahrens oder auch aufgrund eines individuellen qualitätsgesicherten Äquivalenzprüfverfahrens angerechnet werden. Beruflich erworbene Kompetenzen werden nach Maßgabe der Gleichwertigkeit angerechnet. Gleichwertigkeit liegt vor, wenn die, im Rahmen der beruflichen Tätigkeit erworbenen Kompetenzen, in Inhalt, Umfang und in den Anforderungen dem Studium im Wesentlichen entsprechen. Die Anrechnung außerhochschulisch erbrachter Leistungen ist auf 50 Prozent der ECTS-Leistungspunkte eines Studiengangs begrenzt (vgl. § 13 Abs. 5-7 PO AT).

Entscheidungsvorschlag

Kriterium ist erfüllt.

2 Gutachten: Erfüllung der fachlich-inhaltlichen Kriterien

2.1 Schwerpunkte der Bewertung / Fokus der Qualitätsentwicklung

Die Begutachtung wurde als Digitalkonferenz durchgeführt.

Bei den Studiengängen handelt es sich um Konzeptakkreditierungen. Dem Gutachtergremium wurde Gelegenheit gegeben, mit Studierenden sowie Absolventinnen und Absolventen aus vergleichbaren Studiengängen zu 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 Nds.StudAkkVO)

Qualifikationsziele und Abschlussniveau (§ 11 Nds. StudAkkVO)

a) Studiengangsübergreifende Aspekte

Bachelorstudiengänge

Die Qualifikationsziele sind in § 1 der jeweiligen Studienordnungen (SO) in Verbindung mit § 19 Prüfungsordnung (PO) definiert und nehmen Bezug auf Stufe sechs des Europäischen Qualifikationsrahmens (EQR).

Der Studienabschluss ist darauf ausgerichtet, den Absolventinnen und Absolventen nicht nur grundlegende fachliche Kenntnisse, sondern auch ein solides Fundament in methodischer und praktischer Hinsicht sowie soziale Kompetenzen zu vermitteln. Damit sind sie über die fachlichen Lehrinhalte hinausgehend für eine Übernahme verantwortungsvoller wirtschaftlicher und gesellschaftlicher Aufgaben befähigt.

Die Hochschule strebt in ihren Studiengängen die folgenden allgemeinen Kompetenzziele an (vgl. S.13 Selbstbericht):

- Verständnis der Zusammenhänge und Herausforderungen einer multikulturellen, mobilen wie digitalen Wirtschaft und Gesellschaft,
- Fähigkeit, komplexe Aufgabenstellungen zu erfassen und kreative wie nachhaltige Lösungen zu entwickeln, sowie
- Selbstreflexion und Urteilsvermögen, um in einer dynamischen, internationalen Arbeitswelt kontinuierlich persönlich zu wachsen.

MBA-Studiengang

Die Qualifikationsziele sind in § 1 der Studienordnung (SO) in Verbindung mit § 19 der Prüfungsordnung (PO) festgeschrieben und nehmen Bezug auf Stufe sieben des Europäischen Qualifikationsrahmens (EQR).

Im Masterstudiengang erweitern und vertiefen die Studierenden die im Bachelorstudium erworbenen Kenntnisse und Fähigkeiten. Sie sollen in die Lage versetzt werden, eigenständig fachbezogene Projekte durchzuführen und daraus Handlungsmöglichkeiten zu formulieren, zu bewerten und umzusetzen.

Die Hochschule strebt in ihren Masterstudiengängen die folgenden allgemeinen Kompetenzziele an (vgl. S.13 f. Selbstbericht):

- Erwerb von Spezialwissen, um daran anknüpfend mittels kritischer Reflexion neue Denksätze zu erarbeiten,
- Wissen verschiedener Bereiche zu verbinden, Interdependenzen bei Problemlagen zu erkennen und innovative Lösungsansätze zu entwickeln sowie
- Umgang mit komplexen, neuartigen Lern- und Arbeitskontexten und Entwicklung strategischer Lösungsansätze.

Über das notwendige Fachwissen hinaus sind für eine erfolgreiche Karriere weitere Fähigkeiten erforderlich. Dazu gehören die Befähigung zum zivilgesellschaftlichen Engagement, die wissenschaftliche Befähigung und die Persönlichkeitsentwicklung der Studierenden.

Fachkompetenz (vgl. S. 14 f. Selbstbericht)

Die Bachelorstudiengänge sollen das fachlich-inhaltliche und methodische Wissen vermitteln, um in einem beliebigen Kontext im Arbeitsumfeld jederzeit eine methodisch und wissenschaftlich durchdachte Herangehensweise wählen zu können und professionelle Lösungskonzepte zu entwickeln. Die Studierenden sollen dazu befähigt werden, in der Arbeitswelt praxisrelevante Probleme zu erkennen, vernetzte Lösungen anwendungsbezogen auszuarbeiten, kritisch und sachkundig abzuwägen sowie gewählte Lösungsalternativen zielgerecht in der Praxis umzusetzen. Fundament ist ein breites fachliches Grundwissen. Um den persönlichen Präferenzen der Studierenden Rechnung zu tragen, bieten die Studiengänge Vertiefungsmöglichkeiten an.

Die Absolventinnen und Absolventen des MBA können die Besonderheiten, Grenzen, Terminologien und Lehrmeinungen ihres generalistisch ausgelegten Lerngebiets definieren und interpretieren. Gerade in den gewählten Schwerpunkten kennen sie die einschlägigen Theorien, verfügen über Fachwissen auf dem aktuellen Stand der wissenschaftlichen Forschung und sind mit qualitativen und quantitativen Methoden vertraut. Sie können Fragestellungen aufbauend auf ihre erworbenen Kenntnisse und Fähigkeiten anwendungs- und problemorientiert unter Berücksichtigung der aktuellen Forschung analysieren und Lösungsstrategien ableiten.

Eine besonders wichtige Rolle bei der Erreichung der fachlichen Studiengangziele spielen die Projekte. Sie sind als ein Transfer in die Praxis zu betrachten und ermöglichen es den Studierenden, wissenschaftlich fundiertes Wissen auf praktische Fragestellungen und Problemfelder anzuwenden und umzusetzen.

Wissenschaftlichen Befähigung (vgl. S. 15 Selbstbericht)

Die Bachelorstudiengänge sollen als stark praxisorientierte Studiengänge kreatives, operatives und strategisch-konzeptionelles Denken befördern, das in den jeweiligen Anwendungsfeldern in konkretes Handeln umgesetzt werden kann. Aus Sicht der Hochschule gilt die Wissenschaftlichkeit als wesentliche Voraussetzung für den gelungenen Transfer von Wissen in die Praxis. Die Studierenden sollen dazu befähigt werden, bei der Problembearbeitung wissenschaftlich vorzugehen. Zum Beispiel wird das Fach „Wissenschaftliches Arbeiten“ als Teil der Schlüsselqualifikationen gelehrt. In allen Modulen wird besonderer Wert auf die methodische und theoretische Fundierung des Lehrstoffes gelegt (siehe Modulbeschreibungen). Theorie wird verstanden als unverzichtbare Grundlage jeglicher Befassung mit einem Lerngegenstand. Besondere Aufmerksamkeit wird von Seiten der Hochschule auf die wissenschaftlich fundierte Bearbeitung z.B. von Hausarbeiten, Projekten sowie insbesondere der Abschlussarbeit gelegt. Erklärtes Ziel der Hochschule ist es, den Studierenden das notwendige Rüstzeug zu vermitteln, mit dem sie nach Abschluss ihres Studiums imstande sind, Herausforderungen praxisorientiert, methodisch fundiert und wissenschaftlich kompetent zu bewältigen.

Absolventinnen und Absolventen des MBA können wissenschaftliche und empirische Untersuchungsergebnisse bewerten und selbstständig wissenschaftliche Fragestellungen formulieren und validieren. Sie sind in der Lage, wissenschaftliche Arbeiten zu verfassen und hierbei deskriptive, normative und alltagssprachliche Aussagen zu differenzieren. Sie sind befähigt, in einer wissenschaftlichen Arbeit eine eigene Argumentationslinie wissenschaftlich fundiert darzustellen und zu diskutieren.

Studiengangübergreifende Fachkompetenzen, die in den Schlüsselqualifikationsmodulen (z.B. „Soft Skills“ und „Social Skills“) vermittelt werden, sind z.B.:

- Interkulturelle Kompetenz
- Allgemeine Sprachfertigkeit
- Kompetenzen für das Lernen und Arbeiten im digitalen Zeitalter

Methodenkompetenz (vgl. S. 15 f. Selbstbericht)

Die Bachelorstudiengänge betonen die Vermittlung von Methodenkompetenz und Lernfähigkeit. Studiengangübergreifend sollen Studierende z.B. folgende Methodenkompetenzen erwerben:

- Lernfähigkeit und Fähigkeit zur professionellen Bearbeitung komplexer Fragestellungen,
- qualifizierte Grundlagen wissenschaftlichen Arbeitens,
- Interpretations- und Reflexionsfähigkeit sowie Problemlösungskompetenz,
- Vermittlungsmethoden und Präsentation,
- Verhandlungs- und Moderationstechniken,
- Projektmanagement,
- Zeitmanagement und
- Führungsmethoden.

Der MBA befähigt zur eigenständigen Durchführung von anwendungs- oder forschungsorientierten Projekten unter Einbeziehung der fachbezogenen Forschungsmethodik. Problemstellungen in fächerübergreifenden Kontexten können selbstständig diskutiert und gelöst werden.

Selbstkompetenz (vgl. S. 16 Selbstbericht)

Im Bereich der Selbstmanagementkompetenz werden die Studierenden auf der jeweiligen Niveaustufe befähigt, auf der Grundlage von Wissen, Kenntnissen und Eigenmotivation die Verantwortung für den eigenen Entwicklungsprozess zu übernehmen. Dazu gehört unter anderem, den eigenen Lernprozess zu modellieren, Wege zu finden, das Selbstlernen zu forcieren und gegebenenfalls Schwächen zu akzeptieren. Diese Selbstmanagementkompetenz wird in allen Veranstaltungen gefördert und ist ein Schlüssel dafür, sich in einer sich stetig wandelnden Umgebung zurechtzufinden. Von besonderer Bedeutung sind die folgenden Selbstmanagementkompetenzen:

- Fähigkeit zur effektiven Einteilung von Zeit und Ressourcen,
- Fähigkeit zu zielorientiertem Handeln,
- Entscheidungsfreudigkeit,
- Fähigkeit zur Prioritätensetzung,
- Organisations- und Planungskompetenz.

Sozialkompetenz (vgl. S. 16 Selbstbericht)

Studierende sollen im Bereich der Sozialkompetenz sensibilisiert werden. Dabei sollen folgende Fähigkeiten vermittelt werden:

- Teamfähigkeit: Fähigkeit, sich im Kleingruppenkontext leistungsorientiert und sozialverträglich zu bewegen, konstruktive Ideen einzubringen, die eigene Position professionell zu vertreten und Empathie zu zeigen.
- Führungskompetenz: Fähigkeit zur Personalführung, vorzugsweise im Kontext von Kleingruppen und Teams.

Ganzheitlichkeit (vgl. S. 17 Selbstbericht)

Diese Qualifikations- und Kompetenzziele und die selbst gewählten und erarbeiteten Studieninhalte sollen sich positiv auf die Persönlichkeitsentwicklung auswirken. In Projektarbeiten sollen diese weiter ausgebaut werden. Selbstorganisiertes Lernen und Dialogfähigkeit sind integrale Bestandteile aller PFH-Studiengänge.

Die Qualifikations- und Kompetenzentwicklung wird in den Studiengängen im Sinne von Ganzheitlichkeit angestrebt. Der Kompetenzentwicklungsansatz adressiert die gesamte Persönlichkeit der Studierenden. Dies entspricht den vom Arbeitsmarkt geforderten Kompetenzen und Qualifikationen, welche zunehmend diesen ganzheitlichen Aspekt betonen unter Beachtung von Interdisziplinarität und Vernetzungskompetenzen. Ein tragendes Element der Curricula stellt der Bereich der Schlüsselqualifikationen dar, der ein solides Fundament auch im Hinblick auf die Persönlichkeitsentwicklung der Studierenden legt.

Befähigung zum zivilgesellschaftlichen Engagement (vgl. S. 17 Selbstbericht)

Die PFH setzt auf die gesellschaftliche und politische Reflexion der Studierenden in ihrer jeweiligen spezifischen Fachdisziplin. Ziel ist es, die Studierenden zu kritischem Denken und zu freiem, demokratischem und sozialem Handeln zu befähigen. Die Studierenden werden dazu motiviert, während des Studiums im sozialen und politischen Raum tätig zu werden. Innerhalb der Hochschule geschieht dies durch die Mitwirkung in den Institutionen und Gremien, außerhalb durch ehrenamtliches Engagement. Die Hochschule fördert überdies im Rahmen der Projektmodule bevorzugt solche Projekte, die sich mit Themen zivilgesellschaftlichen Engagements befassen.

b) Studiengangsspezifische Bewertung

Studiengang 01 Digital Marketing & Sales for Creator Economy (B.Sc.) (Intensivstudiengang)

Sachstand

Studierende erwerben theoretische und angewandte Kenntnisse hinsichtlich zentraler analytischer Methoden, welche in den Wirtschaftswissenschaften Anwendung finden können. Sie erlangen grundlegende handlungsorientierte Kenntnisse der Betriebswirtschaftslehre mit dem Fokus auf digitalem Marketing, Vertrieb und Unternehmertum.

Das Creator Lab vermittelt agile Arbeitsmethoden, um im späteren Berufsumfeld eigene Ideen und Prozesse verwirklichen zu können.

Studierende lernen Suchmaschinen- und Social-Media-Marketing, um Marketingaktivitäten im Internet zielgruppenorientiert auszuspielen und reflektieren zu können sowie eine eigene Social-Media-Kampagne zu entwickeln. Im Rahmen eines ganzheitlichen Studiums sind Studierende des

Weiteren in der Lage, die Primäraktivitäten nach Porter zu verstehen und einzuordnen sowie juristische Fragestellungen zumindest im Ansatz zu lösen.

Die Studierenden besitzen wesentliche Kenntnisse des Rechnungswesens, Wettbewerbs- und Internetrechts, Marketings, Vertriebs, der Wirtschaftsinformatik und unterstützende Funktionsbereiche wie Finanzierung/Investition, Organisation/Personal und Logistische Prozesse. Im Bereich Statistik und Makroökonomik verfügen die Studierenden über die notwendigen Kenntnisse, um messbare ökonomische Sachverhalte angemessen empirisch auswerten zu können.

Dies fördert die Beurteilungsfähigkeit und Entscheidungskompetenz der Studierenden. Außerdem werden im Studium Fremdsprachenkompetenzen und soziale Schlüsselkompetenzen, die in einem zukünftigen Arbeitsumfeld benötigt werden, erworben und die Persönlichkeitsbildung der Studierenden gefördert. Die Studierenden können mit Kenntnissen des Content- und Influencer Marketings die unterschiedlichen Formen von Storytelling beschreiben, Vor- und Nachteile benennen sowie eine geeignete Form auswählen. Diese betrifft ebenso die Zielgruppendefinition, die Erstellung des Contents, die Content-Distribution als auch das Content Monitoring und Controlling. Sie können Möglichkeiten zur Monetarisierung von Content erläutern und Strategien des Community Managements zur Förderung von Authentizität praxisorientiert ableiten. Auch die Integration von Influencern in die Kommunikationsstrategie eines Unternehmens wird thematisiert, so dass Studierende in der Lage sind, eine Kampagne für ein Unternehmen zu planen, zu steuern und auszuwerten.

Die Studierenden werden zudem befähigt, Strategien, Konzepte und Operationalisierungen im digitalen Vertrieb umzusetzen. Darauf aufbauend werden Grundlagen der Kreativwirtschaft bzw. der „Creator Economy“ und des digitalen Unternehmertums bzw. der „Passion Economy“ vermittelt, um Studierende in die Lage zu versetzen, Chancen durch Marken-/ Unternehmenskollaborationen zu identifizieren und digitale Produkte zu vertreiben. Sie lernen die Passion Economy kennen und können diese von der Creator Economy abgrenzen. Außerdem können sie performanceorientierte Maßnahmen zur Ansprache von Zielgruppen ableiten und Lösungsstrategien zur Steigerung von Kundenbindung und Kundenwert entwickeln.

Im Rahmen von Fallstudien/Projektarbeiten werden regelmäßig erworbene Kenntnisse der Studierenden auf wissenschaftliche und praxisorientierte Problemstellungen angewendet und wissenschaftliches Arbeiten gefördert. Durch Praxisprojekte und Praktika in jedem Semester können sie ihr theoretisch erworbenes Wissen unternehmensspezifisch und lösungsorientiert ebenso anwenden.

Da die ökonomische sowie ökologische Effektivität und Effizienz Nebenbedingung verantwortlichen Handelns im beruflichen Alltag darstellen, werden die Studierenden außerdem permanent aufgefordert, ihr Handeln unter wirtschaftlichen, ökologischen sowie ethischen Gesichtspunkten zu reflektieren und kritisch zu hinterfragen (vgl. S. 17 ff. Selbstbericht).

Studiengang 02 Entrepreneurship und Start-up-Creation (B.Sc.) (Campus-Studium, Intensivstudiengang)

Sachstand

Die Studierenden sollen primär die Handlungskompetenz „Entrepreneurship“ bzw. „unternehmerisches Denken und Handeln“ im Studiengang erwerben, die von der EU-Kommission als eine von acht Schlüsselkompetenzen im Rahmen des lebenslangen Lernens definiert wird. In dem Verständnis von Entrepreneurship als „Projektentwicklung“ und nachhaltigem Unternehmertum

steht die Fähigkeit im Fokus, Ideen in Taten umzusetzen, und dies, auch im Sinne der Performance, zu tun. Diese u.a. auch in der „European Skills Agenda for Sustainable Competitiveness, Social Fairness and Resilience“ (2020)² als transversale Kompetenz bzw. vom Stifterverband der deutschen Wissenschaft (2020)³ als Future Skill bezeichnete Fähigkeit umfasst grundsätzlich das Vermögen:

- Probleme bzw. Bedarfe zu erkennen und zu analysieren,
- hierzu eine Lösungsidee bzw. ein Angebot zu entwickeln und dann
- dies auch umzusetzen und zu implementieren.

Da sich diese Fähigkeit gemäß des Entrepreneurship Competence Framework⁴ in 15 Teilkompetenzen aufgliedert, sind Teil-Qualifikationsziele folgende Befähigungen:

- Spotting opportunities: Erkennen und Bewerten von Optionen, Gelegenheiten bzw. Chancen („opportunities“), um wirtschaftlichen und/oder sozialen Nutzen zu stiften bzw. Wert zu schaffen;
- Creativity: Entwickeln von Ideen, um die erkannten „opportunities“ bzw. Geschäftschancen zu nutzen;
- Vision: Entwickeln gesellschaftlicher und ökonomischer Visionen;
- Valuing ideas: Prüfen und Bewerten von Ideen im Hinblick auf Tragfähigkeit und Beitrag zur Nutzung der opportunities bzw. Schaffung von Wert;
- Ethical and sustainable thinking: Einschätzen der ethischen und nachhaltigen Konsequenzen von Ideen sowie von unternehmerischem Handeln;
- Selfawareness & self-efficacy: Erkennen eigener Stärken und Schwächen sowie der Glaube daran und die Bereitschaft, sich selbst weiterzuentwickeln;
- Motivation & perseverance: Motiviert sein, eigene Ideen in die Tat umzusetzen und dabei auch Rückschläge hinzunehmen;
- Mobilising resources: Beschaffen und Managen notwendiger Ressourcen zur Ideenumsetzung;
- Financial & economic literacy: Beherrschen kaufmännischen Grundlagenwissen, um beispielsweise die Kosten eines Projektes berechnen zu können;
- Mobilising others: Inspirieren und Begeistern anderer für die Idee bzw. ihre Umsetzung;
- Taking the initiative: Initiative zum „entrepreneurial acting“ ergreifen und sich proaktiv für die Lösung von Problemen einsetzen;
- Planning & Management: Planen und Managen von Projekten sowie setzen und priorisieren von kurz-, mittel- und langfristigen Zielen;
- Coping with uncertainty, ambiguity & risk: Entscheiden unter Unsicherheit und Risiko, umgehen mit unvorhergesehenen Veränderungen;
- Working with others: konstruktiv mit anderen zusammenarbeiten sowie networking;

² <https://ec.europa.eu/social/main.jsp?langId=en&catId=89&newsId=9723>, zuletzt besucht am 24.03.2023

³ <https://www.stifterverband.org/future-skills>, zuletzt besucht am 24.03.2023

⁴ <https://entre-comp.eu/>, zuletzt besucht am 24.03.2023

- Learning through experience: Lernen aus Erfahrungen für zukünftige Projekte.

Die Studierenden werden insbesondere über konsequente Projektorientierung in die Lage versetzt, die unterschiedlichen Umsetzungsformen des Entrepreneurship zu beherrschen und dabei den gesamten Innovationsprozess in unterschiedlichen Kontexten, nämlich entstehender und etablierter Unternehmen bzw. in der Gesellschaft, aktiv zu gestalten (auch in Orientierung an die Entrepreneurial Skills Charta des Stifterverbandes).

Absolventinnen und Absolventen können im Anschluss an das Studium ein vertiefendes Masterstudium im Bereich der Wirtschaftswissenschaften beginnen oder direkt eine berufliche Tätigkeit im Innovationsfeld eines Unternehmens aufnehmen, ein eigenes Start-up gründen oder in der Strategie- und Innovationsberatung tätig werden.

Studiengang 03 Master of Business Administration (MBA) (Campus-Studium)

Sachstand

Als weiterbildender Studiengang befähigt der Master of Business Administration auf Basis bereits vorhandener wissenschaftlicher Qualifikationen und beruflicher Erfahrungen, theoriebasiert Management- und Führungsaufgaben in Organisationen verschiedener Größe zu übernehmen.

Die Studierenden erwerben neben Wissen über generalistisch ausgelegte Themen, wie z.B. Personal, Accounting oder Innovationsmanagement, vertiefende Kenntnisse in zwei Schwerpunkten, die sie entsprechend ihrer beruflichen Ausrichtung wählen.

Die Methodenkompetenzen werden durch das Anfertigen, Präsentieren und Diskutieren von Hausarbeiten, Chartbooks und Business-Plänen sowie durch die Teilnahme an Planspielen und Praktika gestärkt. Studierende können komplexe Fragestellungen wissenschaftlich eigenständig darstellen, analysieren und bewerten.

Durch praxisorientierte Lehre und Projektarbeiten, die in der Praxis oder aber mit Praxisbezug absolviert werden, wird ein Transfer von Theorie zur Praxis gefördert. Das Programm richtet sich an Absolventinnen und Absolventen nicht wirtschaftswissenschaftlicher Studiengänge, die über ein Jahr qualifizierter Berufserfahrung nach ihrem Bachelorabschluss verfügen.

Die Studierenden lernen, komplexe Fragestellungen zu adressieren, Probleme zu erkennen, zu beschreiben, einzuordnen und systematisch, wissenschaftlich fundiert zu analysieren und Implikationen abzuleiten und dabei gesellschaftliche und ethische Umweltfaktoren zu berücksichtigen. Die Wissenserweiterung und -vertiefung sowie der Erwerb instrumentaler, systemischer und kommunikativer Kompetenzen werden unter Beachtung der individuellen Profilausrichtung gefördert.

Studierende werden in die Lage versetzt, komplexe Führungsaufgaben in leitenden Funktionen der Wirtschaft oder Verwaltung zu übernehmen. Absolventinnen und Absolventen können Unternehmenssituationen in einem breiteren wissenschaftlichen und gesellschaftlichen Kontext einbetten und den Zusammenhang unterschiedlicher Unternehmensfunktionen in einem Unternehmen erkennen und verstehen. Sie verfügen über Kenntnisse der unternehmensfunktions- und -fachspezifischen Methoden und Verfahren und können diese bedarfs- und situationsgerecht branchenunabhängig anwenden.

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Für alle Studiengänge

Die Qualifikationsziele und die angestrebten Lernergebnisse sind dem Gutachtergremium im Rahmen der digitalen Begutachtung nachvollziehbar dargelegt worden. Besonders positiv ist die klare Zielsetzung hinsichtlich der Vorbereitung auf die Berufspraxis. Dabei unterstützt die berufliche Erfahrung der Studierenden das Erreichen der Qualifikationsziele. Diese sind in den Modulbeschreibungen verankert und entsprechend ausgewiesen. Sie sind schlüssig und kompetenzorientiert formuliert und tragen den angestrebten Lernergebnissen und den Zielen der wissenschaftlichen Befähigung, der Befähigung zu einer qualifizierten Erwerbstätigkeit und Persönlichkeitsentwicklung Rechnung. Die Studierenden werden mittels der definierten Lernergebnisse dazu in die Lage versetzt, wissenschaftliche Theorie und Methodik auf dem entsprechenden Niveau anzuwenden.

Die Anwendung der wissenschaftlichen Theorien und Methodik auf Bachelorniveau wird im Rahmen von Prüfungsleistungen wie Haus- und Projektarbeiten sichergestellt. Die Studierenden werden hinreichend vorbereitet, ihre Fähigkeiten im wissenschaftlichen Arbeiten im Rahmen der Abschlussarbeit umzusetzen.

Die Studiengänge sind aufgrund des berufsbegleitenden Ansatzes klar praxisorientiert ausgerichtet, was sich positiv auf die spätere Employability auswirkt. Auf die künftige zivilgesellschaftliche, politische und kulturelle Rolle der Absolventinnen und Absolventen wird hinreichend eingegangen. Die Persönlichkeitsentwicklung wird durch die vielen Interaktionen mit Unternehmen unterstützt.

Entscheidungsvorschlag

Erfüllt.

Schlüssiges Studiengangskonzept und adäquate Umsetzung (§ 12 Nds. StudAkkVO)

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

a) Studiengangsübergreifende Aspekte

Lehr- und Lernmethoden

Die Lehre erfolgt einerseits durch Vorlesungen und Seminare, durch Praxisprojekte- und -anwendungen sowie durch Pflichtpraktika (Pflichtpraktika betragen 40 Wochen in den Bachelorstudiengängen und 16 Wochen im MBA-Studiengang). Durch diese Verzahnung von Theorie und Praxis wird den Studierenden die berufliche Anwendung der in der Theorie erworbenen Inhalte verdeutlicht. Das Mentorensystem ermöglicht eine enge Betreuung der Studierenden über die eigentlichen Lerninhalte hinaus.

In den Praxisblöcken werden die Studierenden betreut durch das Lehrpersonal der PFH und durch Unternehmen, in denen die Praxisblöcke absolviert werden (vgl. § 5 Abs. 4 studiengangsspezifische SO).

Von der PFH wird ein Praktikumsausschuss einberufen. Dem Praktikumsausschuss gehören neben Unternehmensvertretern mindestens ein gemäß § 4 der Prüfungsordnung prüfungsberechtigter Prüfer an. Der Praktikumsausschuss regelt insbesondere die Praktikumsvergabe und die Praktikumsbetreuung. Im Übrigen ist er für die ordnungsgemäße Durchführung der Praxisblöcke

zuständig. Die Ausbildungsinhalte der Praxisblöcke werden im Einzelfall und unter Berücksichtigung der angestrebten Schwerpunkte der Studierenden vom Praktikumsausschuss festgelegt.

Die Studierenden fertigen entsprechend der Prüfungsordnung (Anhang I) einen Praxisbericht über ihr absolviertes Praktikum an (vgl. § 6 studiengangsspezifische SO).

Im MBA wird die Präsenzlehre um Online-Instrumente erweitert. Hierdurch soll eine für einen Präsenzstudiengang möglichst hohe Flexibilität für die Studierenden bezüglich ihrer individuellen Lernphasen erzielt werden. Die Lehrbriefe stehen den Studierenden im ganzen Semester zur Verfügung und sie können eigenständig entsprechend ihrer Belastungsspitzen ihre Lerneinheiten planen.

Nach eigenen Angaben der Hochschule werden die Studierenden generell durch Seminare, Studien- und Prüfungsleistungen sowie die Möglichkeit der Evaluierungen aktiv in die Lehr- und Lernprozesse eingebunden. Zudem erhalten sie durch die Wahlmöglichkeiten, selbstgewählten Projekte, selbstorganisierten Praxisphasen und die selbstgewählte Abschlussarbeit eine Verantwortung für den eigenen Lernprozess und die dafür notwendige Autonomie (vgl. S. 22 f. Selbstbericht).

Mit der Erstellung der Bachelorarbeit sind die Studierenden befähigt, wirtschaftswissenschaftliche Sachverhalte in einer umfassenden wissenschaftlichen Arbeit zu beschreiben, analysieren und zu bewerten und diese im Rahmen einer Disputation zu präsentieren bzw. in differenzierter und ausgewogener Weise konstruktiv zu diskutieren.

Mit der Erstellung der Masterarbeit sind die Studierenden befähigt, wirtschaftswissenschaftliche Sachverhalte in einer umfassenden wissenschaftlichen Arbeit darzustellen und im Rahmen einer Disputation zu präsentieren bzw. zur Diskussion zu stellen. Die Studierenden können auf der Basis ihres Wissens neue Forschungs- und Entwicklungserkenntnisse gewinnen und diese nutzbringend in Lösungen umsetzen. Gleichzeitig können sie ihre Berufseinstiegschancen durch eine geeignete Themenstellung und überzeugende Qualität spürbar verbessern.

Die Masterarbeit kann eine rein theoretische Arbeit sein, sollte aber möglichst in Zusammenarbeit mit einem Unternehmen durchgeführt werden, damit zusätzlich Kompetenzen wie Arbeiten im Team, Kommunikation mit Mitarbeitenden des Unternehmens sowie Erschließen fremder Arbeitsumgebungen gefördert werden (vgl. S. 27 Selbstbericht).

b) Studiengangsspezifische Bewertung

Studiengang 01 Digital Marketing & Sales for Creator Economy (B.Sc.) (Intensivstudiengang)

Sachstand

Neben theoretischen und angewandten Kenntnissen hinsichtlich zentraler analytischer Methoden der Wirtschaftswissenschaften erlangen Studierende grundlegende handlungsorientierte Kenntnisse der Betriebswirtschaftslehre mit dem Fokus auf digitalem Marketing, Vertrieb und Unternehmensführung.

Es werden grundlegende Kenntnisse des Suchmaschinen- und Social-Media-Marketings vermittelt, um Marketingaktivitäten im Internet zielgruppenorientiert ausspielen zu können. Des Weiteren können Studierende die Primäraktivitäten nach Porter verstehen und einordnen sowie juristische Fragestellungen zumindest im Ansatz lösen. Im Bereich Statistik und Makroökonomik er-

werben die Studierenden notwendige Kenntnisse, um messbare ökonomische Sachverhalte angemessen empirisch auswerten zu können und ökonomische Zusammenhänge an Güter- und Geldmärkten zu verstehen.

Studierende erwerben Kenntnisse der Finanzierung/Investition, Organisation/Personal und logistischer Prozesse. Im Bereich Content Marketing werden Strategien, Prozesse und Methoden zur erfolgreichen Implementation von Content Marketing vermittelt. Die Studierenden werden befähigt, Strategien, Konzepte und Umsetzungen im digitalen Vertrieb zu meistern. Auch die Integration von Influencern in die Kommunikationsstrategie eines Unternehmens wird thematisiert.

Controlling im Marketing und Vertrieb vermittelt Studierenden ein ganzheitliches Verständnis für den Einfluss strategischer und taktischer Marketingentscheidungen auf kunden- und wettbewerbsbezogene sowie finanzielle Erfolgskennzahlen. Im Rahmen von Business Process Management können Studierende Geschäftsprozesse analysieren, Schwachstellen in der Abwicklung erkennen, Maßnahmen zur Effizienzsteigerung entwickeln und die Umsetzung von Geschäftsprozessen in Informationssysteme beschreiben. Studierende besitzen ferner methodische Kenntnisse der Geschäftsmodell- und Businessplanentwicklung. Ferner werden Studierende in die Lage versetzt, wesentliche Herausforderungen des unternehmerischen Handelns zu identifizieren und hinsichtlich rechtlicher Anforderungen zu bewerten.

Darauf aufbauend werden Grundlagen der Kreativwirtschaft bzw. der „Creator Economy“ und der digitalen Unternehmensführung bzw. der „Passion Economy“ vermittelt, um Studierende in die Lage zu versetzen, Chancen durch Marken-/Unternehmenskollaborationen zu identifizieren und digitale Produkte zu vertreiben.

Die Studierenden lernen wichtige Kompetenzen zur Gesprächs- und Verhandlungsführung. Das Beherrschen weiterer Fremdsprachenkompetenzen und sozialer Schlüsselkompetenzen werden im zukünftigen Arbeitsumfeld benötigt. In mehreren Praxismodulen können Studierende ihr theoretisch erworbenes Wissen unternehmensspezifisch und lösungsorientiert anwenden.

Methodische Kompetenzen zur Durchführung von Primär- und Sekundärmarktforschung werden erlernt und die Anwendung empirischer Methoden zur Datenerhebung und Auswertung vermittelt, um sich weiter eigenständig mit betriebswirtschaftlichen Fragestellungen auseinanderzusetzen. Im Rahmen von Fallstudien und Projektarbeiten werden erworbene Kenntnisse der Studierenden auf wissenschaftlich orientierte Problemstellungen angewendet und die Erstellung wissenschaftlicher Arbeiten gefördert.

In den Bereichen Vertriebsmanagement und Digital Marketing erhalten Studierende vertiefendes Fachwissen. Sie können u.a. performanceorientierte Maßnahmen zur Ansprache von Zielgruppen ableiten und Lösungsstrategien zur Steigerung von Kundenbindung und Kundenwert entwickeln.

Das „Creator Lab“ vermittelt agile Arbeitsmethoden, um im späteren Berufsumfeld eigene Ideen und Prozesse verwirklichen zu können. Studierende erlernen die Grundlagen wissenschaftlichen Arbeitens, indem sie die selbstständige, schriftliche Bearbeitung einer fachspezifischen oder fächerübergreifenden, individuellen Aufgabenstellung (Hausarbeit) umsetzen und adäquat formulieren.

Da im Studium die Anwendung des erworbenen Wissens im Vordergrund steht, schließen viele Module z.B. mit der Erstellung von Hausarbeiten, Projektberichten sowie Präsentation ab. Diese Prüfungsformen sollen den Praxisbezug des Studiums unterstützen. Da die ökonomische sowie ökologische Effektivität und Effizienz Nebenbedingung verantwortlichen Handelns im beruflichen

Alltag darstellen, werden die Studierenden permanent aufgefordert, ihr Handeln unter wirtschaftlichen, ökologischen sowie ethischen Gesichtspunkten zu reflektieren und kritisch zu hinterfragen.

Die Studiengangsbezeichnung „Digital Marketing & Sales for Creator Economy“ soll die inhaltliche Ausrichtung widerspiegeln. Das Curriculum enthält Anteile in den Bereichen des Digital Marketing und Sales mit einem Fokus auf die Creator Economy.

Die Abschlussbezeichnung Bachelor of Science (B.Sc.) spiegelt sich in der anwendungsbezogenen Vermittlung wissenschaftlicher Methoden wider. In allen Studiengängen der PFH beruhen die Fachinhalte und vermittelten Methoden auf wissenschaftlich anerkannten Theorien, Erkenntnissen und aktuellen Forschungsergebnissen (vgl. S. 38 Selbstbericht).

Das nachstehende Curriculum stellt die Studieninhalte im Einzelnen dar:

	Semester	Prüfungen	Gewichtung	Kontaktstudium [h]	Selbststudium [h]	ECTS	1. S	2. S		
Modul 1: Analytische Methoden I	1	K (150)	5%	53	157	7	5			
1.1 Mikroökonomik		K		32	89	4	3			
1.2 Mathematik		K		21	69	3	2			
Modul 2: Grundlagen BWL / Digital Marketing & Sales Fundamentals	1	H-P / SL	4%	63	207	9	6			
2.1 Einführung in die BWL		}		H-P	21	69	3	2		
2.2 Grundlagen des Entrepreneurship					21	69	3	2		
2.3 Creator Lab I		SL		--	11	50	2	1		
2.4 Methodisches Arbeiten I	SL	--	11	20	1	1				
Modul 3: Grundlagen des Rechnungswesens	1	K (120)	2%	73	137	7	7			
3.1 Grundlagen Wirtschaftsinformatik I		SL		--	21	39	2	2		
3.2 Buchführung und Abschluss		K		--	21	39	2	2		
3.3 Kosten- und Leistungsrechnung		K		--	21	39	2	2		
3.4 Methodisches Arbeiten II	SL	--	11	20	1	1				
Modul 4: Language and Soft Skills I	1		0%	42	138	6	4			
4.1 English Preparation		SL		42	48	3	4			
4.2 Soft Skills I		SL		0	60	2	0			
4.4 Social Skills		SL		0	30	1	0			
Summe Semester	1		11%	231	639	29	22			
Modul 5: Rechtliche Grundlagen und Bewertung	2	K (120)	3%	53	97	5	5			
5.1 Wirtschafts- und Steuerrecht		K		32	59	3	3			
5.2 Handelsrechtliche Bewertung		K		21	39	2	2			
Modul 6: Digital Marketing & Sales for Creator Economy I	2	Portfolio	2%	53	97	5	5			
6.1 Digital Marketing for Creator Economy				21	39	2	2			
6.2 SEA und SEO Basics & Social Media Marketing				21	39	2	2			
6.3 Creator Lab II		SL		11	20	1	1			
Modul 7: Analytische Methoden II	2	K (150)	5%	53	157	7	5			
7.1 Makroökonomik		K		1/2	32	89	4	3		
7.2 Statistik		K		1/2	21	69	3	2		
Modul 8: Primäre Unternehmensaktivitäten *	2		7%	63	207	9	6			
8.1 Produktion		}		H M (15) K (60)	1/3	21	69	3	2	
8.2 Marketing					1/3	21	69	3	2	
8.3 Sales Management					1/3	21	69	3	2	
Modul 9: Language and Soft Skills II	2		0%	63	117	6	6			
9.1 Business English B2.1		SL		42	78	4	4			
9.2 Soft Skills II		SL		21	9	1	2			
9.3 Social Skills	SL	0	30	1	0					
Modul 10: Praktikum oder Praxisprojekt I **	2	SL	0%	0	300	10	0			
10.1 Praktikum in der vorlesungsfreien Zeit (8 Wochen)				0	300	10	0			
10.2 Praxisprojekt in der vorlesungsfreien Zeit				0	300	10	0			
Summe Semester		2			17%	284	975	42	27	

Akkreditierungsbericht: Bündel [Digital Marketing & Sales for Creator Economy (B.Sc.) (Intensivstudiengang), Entrepreneurship und Start-up-Creation (B.Sc.) (Intensivstudiengang), Master of Business Administration (MBA)]

	Semester	Prüfungen	Gewichtung	Kontaktstudium [h]	Selbststudium [h]	ECTS	1. S	2. S	3. S	4. S
Modul 11: Übergreifende Unternehmensaktivitäten ***	3		4%	63	117	6				6
11.1 Finanzierung/Investition		H	1/3	21	39	2				2
11.2 Organisation/Personal		M (15)	1/3	21	39	2				2
11.3 Logistische Prozesse		K (60)	1/3	21	39	2				2
Modul 12: Wirtschaftsinformatik	3	K (90)	2%	53	157	7				5
12.1 Grundlagen der Wirtschaftsinformatik II		K		21	39	2				2
12.2 Grundlagen der Wirtschaftsinformatik III		K		21	39	2				2
12.3 Praxisprojekt		SL	–	11	80	3				1
Modul 13: Digital Marketing & Sales for Creator Economy II	3	Portfolio	2%	53	127	6				5
13.1 Digital Marketing & Sales for Creator Economy II				21	39	2				2
13.2 Content Marketing, Storytelling & Influencer Marketing				21	39	2				2
13.3 Creator Lab III		SL		11	50	2				1
Modul 14: Fallstudien/ Ringvorlesung	3		4%	21	189	7				2
14.1 Fallstudien/Projektarbeit		H-P (15)		11	170	6				1
14.2 Ringvorlesung		SL	–	11	20	1				1
Modul 15: Language and Soft Skills III	3	SL	0%	63	117	6				6
15.1 Business English B2.2		SL		42	78	4				4
15.2 Soft Skills III		SL		21	9	1				2
15.3 Social Skills		SL		0	30	1				0
Modul 16: Praktikum oder Praxisprojekt II **	3	SL	0%	0	240	8				0
16.1 Praktikum in der vorlesungsfreien Zeit (6 Wochen)				0	240	8				0
16.2 Praxisprojekt in der vorlesungsfreien Zeit				0	240	8				0
Summe Semester	3		12%	252	947	40				24
Modul 17: Unternehmensplanung	4		4%	63	117	6				6
17.1 Controlling		K (120)	1/3	21	39	2				2
17.2 Kostenrechnungssysteme			1/3	21	39	2				2
17.3 Bilanzen		K (60)	1/3	21	39	2				2
Modul 18: Methoden und Soft Skills IV	4	K (120)	3%	63	147	7				6
18.1 Business Process Management		K	1/2	21	39	2				2
18.2 Wirtschaftspolitik		K	1/2	21	69	3				2
18.3 Soft Skills IV		SL	–	21	9	1				2
18.4 Social Skills		SL	–	0	30	1				0
Modul 19: Entrepreneurial und Creator Economy Performance	4	Portfolio	7%	63	207	9				6
19.1 Strategie und Business Planning				21	39	2				2
19.2 Creator Business Basics				21	39	2				2
19.3 Passion Economy				11	50	2				1
19.4 Fallstudien/Projektarbeit				11	80	3				1
Modul 20: Praktikum oder Praxisprojekt III **	4	PB-P (20)	4%	0	300	10				0
20.1 Praktikum oder Praxisprojekt in der vorlesungsfreien Zeit (8 Wochen)				0	300	10				0
20.2 Praxisprojekt in der vorlesungsfreien Zeit				0	300	10				0
Summe Semester	4		18%	189	771	32				18

	Semester	Prüfungen	Gewichtung	Kontaktstudium [h]	Selbststudium [h]	ECTS	1. S	2. S	3. S	4. S	5. S	6. S	
Modul 21: Unternehmensführung	5	K (90)	4%	84	126	7					8		
21.1 Corporate Law		K	1/3	21	39	2					2		
21.2 Executive Management		K	1/3	21	39	2					2		
21.3 Digital Transformation		K	1/3	21	39	2					2		
21.4 Soft Skills V		SL	–	21	9	1					2		
Modul 22: Wettbewerbs- und Internetrecht	5	H	6%	63	177	8					6		
22.1 Vertrags-, Medien- und Markenrecht				21	69	3					2		
22.2 Wettbewerbsrecht				21	69	3					2		
22.3 Recht im E-Commerce				21	120	2					2		
Modul 23: Advanced Marketing and Sales Management ****	5	K(60) /2 M (15) / 1 H	12%	63	357	14					6		
23.1 Advanced Marketing		M	3/10	21	99	4					2		
23.2 Advanced Sales Management		M	3/10	21	99	4					2		
23.3 Digital Marketing		K	1/10	21	99	4					2		
23.4 Semesterbegleitende Hausarbeit		H	3/10	0	60	2					0		
Modul 24 Wahlmodul Auslandssemester/Praktikum oder Praxisprojekt IV	5	SL	0%	0	240	8					0		
24 A Auslandssemester				0	240	8					0		
24 A.1 Modul 24 und 25 müssen miteinander kombiniert werden		Anerkennung der Leistungen											
24 B Praktikum oder Praxisprojekt IV **		SL		0	240	8					0		
24 B.1 Praktikum (6 Wochen)				0	240	8					0		
24 B.2 Praxisprojekt				0	240	8					0		
Summe Semester	5		22%	210	900	37					20		
Modul 25 Wahlmodul Auslandssemester/Praktikum oder Projektarbeit V	6	SL	0%	0	540	18					0		
25 A Auslandssemester				0	540	18					0		
25 A.1 Modul 24 und 25 müssen miteinander kombiniert werden		Anerkennung der Leistungen											
25 B Praktikum oder Praxisprojekt V **		SL		0	540	18					0		
25 B.1 Praktikum (12 Wochen)				0	540	18					0		
25 B.2 Praxisprojekt				0	540	18					0		
Modul 26: Bachelor-Thesis	6	H/M (30)	20%	1	359	12					0		
26.1 Bachelor-Thesis		H	4/5	0	330	11							
26.2 Disputation über die Bachelor-Thesis		M (30)	1/5	1	29	1							
Summe Semester	6		20%	1	899	30					0		
SWS Studienjahr								49		42		20	
ECTS-Punkte Studienjahr								71		72		67	
ct-/Selbststudium Studienjahr								514	1614	441	1718	211	1799
Summe Studiengang							100%					111	
				6300		210							

Legende:

H	wissenschaftliche Arbeit, die eigenständig angefertigt wird
K	Fach gehört zum Umfang der Modulklausur
K (...)	Klausur (Minuten)
M	mündliche Prüfung (Minuten)
P	Präsentation (Minuten)
Portfolio	Portfolioprüfung
PB	Praxisbericht
SL	Studienleistung
SWS	Semesterwochenstunden

* In einem der drei Teilbereiche Marketing, Vertrieb oder Produktion legt der Studierende eine mündliche Prüfung, in einem eine Hausarbeit und in einem eine Klausur ab.

** Die Studierenden wählen eine der Möglichkeiten aus.

*** In einem der Teilbereiche legt der Studierende eine mündliche Prüfung oder eine Hausarbeit ab, in den übrigen erfolgen Klausuren

**** Die Studierenden fertigen in 23.1 oder 23.2 eine Hausarbeit an.

Studiengang 02 Entrepreneurship und Start-up-Creation (B.Sc.) (Intensivstudiengang)

Die Studierenden sollen primär die Handlungskompetenz „Entrepreneurship“ bzw. „unternehmerisches Denken und Handeln“ im Studiengang erwerben. Diese Kompetenz wird in generalistische Inhalte eingebettet. In dem Verständnis von Entrepreneurship als „Projekteentwicklungen“ und nachhaltiger Unternehmensführung steht die Fähigkeit im Fokus, Ideen in Taten umzusetzen, und dies, auch im Sinne der Performance, zu tun.

Mit dem ersten Semester besitzen Studierende theoretische und angewandte Kenntnisse hinsichtlich zentraler analytischer Methoden, welche in den Wirtschaftswissenschaften Anwendung finden können. Sie erlangen grundlegende handlungsorientierte Kenntnisse der Betriebswirtschaftslehre mit dem Fokus auf digitalem Marketing, Vertrieb und Unternehmensführung. Die Ideenwerkstatt führt die Studierenden an das Thema Gründung heran. Sie erlernen die Grundlagen wissenschaftlichen Arbeitens, indem sie die selbstständige, schriftliche Bearbeitung einer fachspezifischen oder fächerübergreifenden, individuellen Aufgabenstellung (Hausarbeit) umsetzen und adäquat formulieren. Zudem erwerben Studierende die Fähigkeit, formale ökonomische Analysemethoden anzuwenden und das Verhalten ökonomischer Akteure bei unterschiedlichen Rahmenbedingungen zu verstehen.

Mit dem zweiten Semester wird durch das Modul „Entrepreneurial Leadership“ ein Verständnis über die Zusammenhänge zwischen Entrepreneurship und Leadership vermittelt. Des Weiteren werden Studierende befähigt, die Primäraktivitäten nach Porter zu verstehen und einzuordnen sowie juristische Fragestellungen zumindest im Ansatz zu lösen. Im Bereich Statistik und Makroökonomik erwerben die Studierenden notwendige Kenntnisse, um messbare ökonomische Sachverhalte angemessen empirisch auswerten zu können und ökonomische Zusammenhänge an Güter- und Geldmärkten zu verstehen. Dies fördert die Beurteilungsfähigkeit und Entscheidungskompetenz der Studierenden. Außerdem werden im zweiten Semester weitere Fremdsprachenkompetenzen und soziale Schlüsselkompetenzen, die in einem zukünftigen Arbeitsumfeld benötigt werden, vermittelt. Abschließend ist ein Praxismodul vorgesehen, bei dem Studierende durch Praxisprojekte und Praktika ihr theoretisch erworbenes Wissen unternehmensspezifisch und lösungsorientiert anwenden.

Im Modul „Entrepreneurship“ wird den Studierenden vertiefendes Know-how aus dem Entrepreneurship vermittelt und ein systematischer Überblick über die Bereiche Gründung und Wachstum junger Unternehmen gegeben. Somit können die Studierenden den Prozess von der Entwicklung der Geschäftsidee und der grundlegenden Umsetzung im Rahmen einer Unternehmensgründung und dessen Aufbaus bewerten und in den Grundzügen planen. Der Gründungsprozess wird als Prozess der Ressourcenakquise verstanden. Darüber hinaus werden wesentliche Kenntnisse der unterstützenden Funktionsbereiche Finanzierung/Investition, Organisation/Personal und logistische Prozesse erworben. Im Rahmen von Fallstudien und Projektarbeiten werden erworbene Kenntnisse der Studierenden auf wissenschaftlich orientierte Problemstellungen angewendet und die Erstellung wissenschaftlicher Arbeiten gefördert.

Das Modul „Controlling im Marketing und Vertrieb“ vermittelt Studierenden im vierten Semester ein ganzheitliches Verständnis für den Einfluss strategischer und taktischer Marketingentscheidungen auf kunden- und wettbewerbsbezogene sowie finanzielle Erfolgskennzahlen. Im Rahmen von „Business Process Management“ können Studierende Geschäftsprozesse analysieren, Schwachstellen in der Abwicklung erkennen, Maßnahmen zur Effizienzsteigerung entwickeln und die Umsetzung von Geschäftsprozessen in Informationssysteme beschreiben. Im vierten Semester werden außerdem Techniken zur Teamentwicklung vermittelt und, durch soziales Engagement, die Persönlichkeitsbildung der Studierenden gefördert.

In dem Modul „Entrepreneurial und Start-up-Performance“ setzen sich die Studierenden mit dem Businessplan als strategischem Planungsinstrument theoretisch wie praktisch auseinander. Sie erlernen die Grundlagen der Beratung und können die unterschiedlichen Beratungsansätze und -instrumente einschätzen und anwenden. Sie verstehen die besonderen und unterschiedlichen Anforderungen an Consultingleistungen bei entstehenden und etablierten Unternehmen im Start-Up- und Innovations- und Transformationsbereich und die zugrundeliegenden Entscheidungen. Sie erlernen zudem die Grundlagen des strategischen und operativen Wachstumsmanagements und können die unterschiedlichen Wachstumsstrategien einschätzen und entwickeln sowie die Planungstools anwenden. Im Rahmen der Ideenwerkstatt IV finalisieren und präsentieren die Studierenden eine eigene Projektidee.

Im fünften Semester lernen die Studierenden wichtige Kompetenzen zur Gesprächs- und Verhandlungsführung. Ferner werden Studierende in die Lage versetzt, wesentliche Herausforderungen des unternehmerischen Handelns zu identifizieren und hinsichtlich rechtlicher Anforderungen zu bewerten.

Im Modul „Entrepreneurship“ werden außerdem vertiefende Kenntnisse des Entrepreneurship der Old und Net Economy vermittelt. Die Studierenden können somit die generellen Möglichkeiten der Gründungs- und Wachstumsfinanzierung, Know-how zu Wachstumsstrategien und Wachstumshemmnissen sowie spätere Unternehmenslebensphasen bewerten. Zudem können die Studierenden durch die Wahl zweier Schwerpunkte die individuelle inhaltliche Ausrichtung erweitern bzw. vertiefen.

Ende des fünften und Anfang des sechsten Semesters haben die Studierenden die Möglichkeit, zwei einzelne Praktika, ein großes kombiniertes Praktikum oder ein Auslandssemester zu absolvieren.

Die Studiengangsbezeichnung „Entrepreneurship und Start-up-Creation“ soll die inhaltliche Ausrichtung widerspiegeln. Das Curriculum enthält sowohl Module der klassischen BWL als auch spezifische Inhalte zu Entrepreneurship und Start-up-Creation.

Die Abschlussbezeichnung Bachelor of Science (B.Sc.) spiegelt sich in der anwendungsbezogenen Vermittlung wissenschaftlicher Methoden wider. In allen Studiengängen der PFH beruhen die Fachinhalte und vermittelten Methoden auf wissenschaftlich anerkannten Theorien/ Erkenntnissen und aktuellen Forschungsergebnissen (vgl. S. 38 Selbstbericht).

Das nachstehende Curriculum stellt die Studieninhalte im Einzelnen dar:

Akkreditierungsbericht: Bündel [Digital Marketing & Sales for Creator Economy (B.Sc.) (Intensivstudiengang), Entrepreneurship und Start-up-Creation (B.Sc.) (Intensivstudiengang), Master of Business Administration (MBA)]

	Semester	Prüfungen	Gewichtung	Kontaktstudium [h]	Selbststudium [h]	ECTS	1. S	2. S	3. S	4. S	5. S	6. S
Modul 1: Analytische Methoden I	1	K (150)	5%	53	157	7	5					
1.1 Mikroökonomik		K		32	89	4	3					
1.2 Mathematik		K		21	69	3	2					
Modul 2: Grundlagen BWL und Entrepreneurship	1	H-P / SL	2%	63	207	9	6					
2.1 Einführung in die BWL		} HP		21	69	3	2					
2.2 Grundlagen des Entrepreneurship				21	69	3	2					
2.3 Ideenwerkstatt I		SL	--	11	50	2	1					
2.4 Methodisches Arbeiten I		SL	--	11	20	1	1					
Modul 3: Grundlagen des Rechnungswesens	1	K (120) / SL	2%	73	137	7	7					
3.1 Grundlagen Wirtschaftsinformatik I		SL	--	21	39	2	2					
3.2 Buchführung und Abschluss		K		21	39	2	2					
3.3 Kosten- und Leistungsrechnung		K		21	39	2	2					
3.4 Methodisches Arbeiten II		SL	--	11	20	1	1					
Modul 4: Language and Soft Skills I	1	SL	0%	63	117	6	6					
4.1 English Preparation		SL		42	48	3	4					
4.2 Soft Skills I		SL		21	39	2	2					
4.3 Social Skills		SL		0	30	1	0					
Summe Semester	1		9%	252	618	29	24					
Modul 5: Rechtliche Grundlagen und Bewertung	2	K (120)	3%	53	97	5						5
5.1 Wirtschafts- und Steuerrecht		K		32	59	3						3
5.2 Handelsrechtliche Bewertung		K		21	39	2						2
Modul 6: Entrepreneurial Leadership	2	Portfolio	4%	53	98	5						5
6.1 Entrepreneurial Leadership				21	39	2						2
6.2 Entrepreneurial Ecosystem Design				21	39	2						2
6.3 Ideenwerkstatt II				11	20	1						1
Modul 7: Analytische Methoden II	2	K (150)	5%	53	157	7						5
7.1 Makroökonomik		K	1/2	32	89	4						3
7.2 Statistik		K	1/2	21	69	3						2
Modul 8: Primäre Unternehmensaktivitäten *	2	H / M (15) / K (60)	7%	63	207	9						6
8.1 Produktion		} H M (15) K (60)	1/3	21	69	3						2
8.2 Marketing			1/3	21	69	3						2
8.3 Sales Management			1/3	21	69	3						2
Modul 9: Language and Soft Skills II	2	SL	0%	63	117	6						6
9.1 Business English B2.1		SL		42	78	4						4
9.2 Soft Skills II		SL		21	9	1						2
9.3 Social Skills		SL		0	30	1						0
Modul 10: Praktikum oder Praxisprojekt I **	2	SL	0%	0	300	10						0
10.1 Praktikum in der vorlesungsfreien Zeit (8 Wochen)				0	300	10						0
10.2 Praxisprojekt in der vorlesungsfreien Zeit				0	300	10						0
Summe Semester	2		19%	284	976	42						27

Summe Semester	2		19%	284	976	42	27	
Modul 11: Übergreifende Unternehmensaktivitäten ***	3	H / M (15) / K (60)	4%	63	117	6		6
11.1 Finanzierung/Investition		H	1/3	21	39	2		2
11.2 Organisation/Personal		M (15)	1/3	21	39	2		2
11.3 Logistische Prozesse		K (60)	1/3	21	39	2		2
Modul 12: Wirtschaftsinformatik	3	K (90) / SL	2%	53	157	7		5
12.1 Grundlagen der Wirtschaftsinformatik II		K		21	39	2		2
12.2 Grundlagen der Wirtschaftsinformatik III		K		21	39	2		2
12.3 Praxisprojekt		SL	--	11	80	3		1
Modul 13: Entrepreneurship	3	PA / SL	3%	53	127	6		5
13.1 Entrepreneurship				21	39	2		2
13.2 Corporate Entrepreneurship und Innovationsmanagement				21	69	3		2
13.3 Ideenwerkstatt III		SL		11	20	1		1
Modul 14: Fallstudien/ Ringvorlesung	3	H-P (15) / SL	4%	20	190	7		2
14.1 Fallstudien/Projektarbeit		H-P (15)		10	170	6		1
14.2 Ringvorlesung		SL	--	10	20	1		1
Modul 15: Language and Soft Skills III	3	SL	0%	63	117	6		6
15.1 Business English B2.2		SL		42	78	4		4
15.2 Soft Skills III		SL		21	9	1		2
15.3 Social Skills		SL		0	30	1		0
Modul 16: Praktikum oder Praxisprojekt II **	3	SL	0%	0	240	8		0
16.1 Praktikum in der vorlesungsfreien Zeit (6 Wochen)				0	240	8		0
16.2 Praxisprojekt in der vorlesungsfreien Zeit				0	240	8		0
Summe Semester	3		13%	251	948	40		24
Modul 17: Unternehmensplanung	4	K (180)	4%	63	117	6		6
17.1 Controlling		K (120)	1/3	21	39	2		2
17.2 Kostenrechnungssysteme			1/3	21	39	2		2
17.3 Bilanzen		K (60)	1/3	21	39	2		2
Modul 18: Methoden und Soft Skills IV	4	K (60) / SL	3%	63	147	7		6
18.1 Business Process Management		K		1	21	39	2	2
18.2 Wirtschaftspolitik		SL	--	21	69	3		2
18.3 Soft Skills IV		SL	--	21	9	1		2
18.4 Social Skills		SL	--	0	30	1		0
Modul 19: Entrepreneurial und Start-up-Performance	4	Portfolio	8%	63	207	9		6
19.1 Strategie und Business Planning				21	39	2		2
19.2 Consulting im Innovations- und Start-up-Bereich				21	69	3		2
19.3 Wachstums- und Krisenmanagement				11	80	3		1
19.5 Ideenwerkstatt IV				11	20	1		1
Modul 20: Praktikum oder Praxisprojekt III **	4	PB / P (20)	4%	0	300	10		0
20.1 Praktikum oder Praxisprojekt in der vorlesungsfreien Zeit (8 Wochen)				0	300	10		0
20.2 Praxisprojekt in der vorlesungsfreien Zeit				0	300	10		0
Summe Semester	4		19%	189	771	32		18

Modul 21: Unternehmensführung	5	K (90) /SL	4%	84	126	7					8					
21.1 Corporate Law		K	1/3	21	39	2					2					
21.2 Executive Management		K	1/3	21	39	2					2					
21.3 Digitale Transformation		K	1/3	21	39	2					2					
21.4 Soft Skills V		SL	–	21	9	1					2					
Modul 22: Wettbewerbs- und Internetrecht	5	H	6%	63	177	8					6					
22.1 Wettbewerbsrecht				21	69	3					2					
22.2 Immaterialgüterrecht				21	69	3					2					
22.3 Recht im E-Commerce				21	39	2					2					
Modul 23: Sustainable Entrepreneurship		M (20) / H	4%	42	138	6					4					
23.1 Advanced Entrepreneurship		} M (20)	1/2	21	69	2					2					
23.2 E-Entrepreneurship			21	69	2						2					
23.3 Semesterbegleitende Hausarbeit		H	1/2	0	120	2					0					
Modul 24: Wahlmodul ****	5	2 M (15)	6%	42	198	8					4					
24.1 Industrielles Management			1/3	21	99	4					2					
24.2 Tourism and Travel Management			1/3	21	99	4					2					
24.3 Banking and Finance			1/3	21	99	4					2					
24.4 Food and Agribusiness Management			1/3	21	99	4					2					
24.5 International Accounting/Controlling			1/3	21	99	4					2					
24.6 Advanced Marketing			1/3	21	99	4					2					
24.7 Advances Sales Management			1/3	21	99	4					2					
24.8 Human Resources Management			1/3	21	99	4					2					
24.9 Digital Marketing			1/3	21	99	4					2					
Modul 25 Wahlmodul Auslandssemester/Praktikum oder Praxisprojekt IV	5	SL	0%	0	240	8					0					
25 A Auslandssemester				0	240	8					0					
25 A.1 Modul 24 und 25 müssen miteinander kombiniert werden		Anerkennung der Leistungen														
25 B Praktikum oder Praxisprojekt IV **		SL		0	240	8					0					
25 B.1 Praktikum (6 Wochen)				0	240	8					0					
25 B.2 Praxisprojekt				0	240	8					0					
Summe Semester	5		20%	168	702	37					22					
Modul 26 Wahlmodul Auslandssemester/Praktikum oder Projektarbeit V	6	SL	0%	0	540	18					0					
26 A Auslandssemester				0	540	18					0					
26 A.1 Modul 24 und 25 müssen miteinander kombiniert werden		Anerkennung der Leistungen														
26 B Praktikum oder Praxisprojekt V **	6	SL		0	540	18					0					
26 B.1 Praktikum (12 Wochen)				0	540	18					0					
26 B.2 Praxisprojekt				0	540	18					0					
Modul 27: Bachelor-Thesis	6	T / M (30)	20%	1	359	12					0					
27.1 Bachelor-Thesis		T	4/5	0	330	11										
27.2 Disputation über die Bachelor-Thesis		M (30)	1/5	1	29	1										
Summe Semester	6		20%	1	899	30					0					
SWS Studienjahr											51	42	22			
ECTS-Punkte Studienjahr											71	72	67			
takt-/Selbststudium Studienjahr											535	1594	440	1719	169	1601
Summe Studiengang											100%	6300	210	115		

Legende:

H	wissenschaftliche Arbeit, die eigenständig angefertigt wird
K	Fach gehört zum Umfang der Modulklausur
K (...)	Klausur (Minuten)
M	mündliche Prüfung (Minuten)
P	Präsentation (Minuten)
PA	Projektarbeit
PB	Praxisbericht
Portfolio	Portfolio-Prüfung
SL	Studienleistung
SWS	Semesterwochenstunden
T	Thesis
ZE	ZE Zentrum für Entrepreneurship

* In einem der drei Teilbereiche Marketing, Vertrieb oder Produktion legt der Studierende eine mündliche Prüfung, in einem eine Hausarbeit und in einem eine Klausur ab.

** Die Studierenden wählen eine der Möglichkeiten aus.

*** In einem der Teilbereiche legt der Studierende eine mündliche Prüfung oder eine Hausarbeit ab, in den übrigen erfolgen Klausuren

**** Die Studierenden wählen zwei Vertiefungen aus.

Studiengang 03: Master of Business Administration (MBA)

Im ersten Semester erhalten die Studierenden durch das „Business Simulation Game“ einen Überblick über die verschiedenen Bereiche einer Unternehmung: ihre Aufgaben, ihre Bedeutung und deren Interaktionsbereiche. In dem Modul ist daher auch der Themenbereich Organisation und HRM verankert, der Studierenden funktionsübergreifende Kenntnisse bezüglich des Dreiklangs von Strategie, Struktur und Kultur als wesentlichem Gestaltungsmuster von Managemententscheidungen vermittelt. Zudem können Studierende mit der Wahl zweier Schwerpunkte eine individuelle inhaltliche Ausrichtung vertiefen (siehe Vertiefungsmodule BWL in untenstehendem Curriculum).

Die weiteren drei Module dieses Semesters kombinieren Fernstudieninhalte mit Präsenzlehre. Das Modul „International Economics I“ verknüpft einzel- und gesamtwirtschaftliche Sichtweisen sowie ökonomische und politische Perspektiven miteinander. Die Zielsetzung besteht vor allem darin, das analytische, vernetzte und problemorientierte Denken der Studierenden in Bezug auf wirtschaftliche Entscheidungen zu schulen. Darüber hinaus erwerben und stärken die Studierenden Fähigkeiten im wissenschaftlichen Arbeiten, Präsentieren und Diskurs durch Anfertigung, Präsentation und Diskussion einer wissenschaftlichen Arbeit. Im Modul „Controlling“ lernen Studierende diese wesentliche Planungs- und Kontrollfunktion und -institution zur Steuerung eines Unternehmens kennen. Das Modul „Management Accounting“ befähigt die Studierenden, die grundlegenden Strukturen, Aufgaben und Anforderungen des Rechnungswesens zu erklären und zusammenzufassen sowie die gesetzlichen Anforderungen an die Rechnungslegung zu verstehen, das interne Rechnungswesen und die Grundbegriffe, Teilsysteme und Aufgaben der Kostenrechnung und Kostenbegriffe zu benennen und zu erklären sowie unterschiedliche Konzepte der Rechnungslegung zu vergleichen und die Bedeutung und adäquate Umsetzung für Unternehmen zu beurteilen.

Im zweiten Semester befähigt das Modul „Innovationsmanagement und Business Planning“ die Studierenden dazu, selbständig kundenorientierte Verbesserungen und Entwicklungen von Produkten, Dienstleistungen und Prozessen zu planen und durchzuführen und hierbei auch den Planungs- und Durchführungsprozess immer weiter zu verbessern. Sie besitzen theoretische und angewandte Kenntnisse zur Entstehung und Führung mittelständischer und unternehmergeführter Unternehmen. Neben den grundlegenden Kenntnissen über die Problemstellungen im Lebenszyklus des mittelständischen Unternehmens, werden dem Innovationsmanagement als Problemkomplex und komplexer Gestaltungsprozess besondere Aufmerksamkeit gewidmet. Studierende erwerben die Fähigkeit, Geschäftsmodellinnovationen zu planen und durchzuführen. Dies bezieht sich sowohl auf die Entwicklung neuer Geschäftsmodelle (Entrepreneurship), als auch auf die Weiterentwicklung bereits bestehender Geschäftsmodelle in etablierten Unternehmen (Intrapreneurship). Die Studierenden führen die beiden im ersten Semester gewählten Schwerpunkte fort. Durch das Modul International Economics II lernen die Studierenden die Grundlagen und die Funktionsweise marktwirtschaftlicher Ordnungen kennen sowie die grundlegenden Ausrichtungen von Wirtschaftspolitik. Dabei werden sie aufgrund der explizit dargestellten Interdependenzen von betriebswirtschaftlichen Herausforderungen, gesamtwirtschaftlichen Entwicklungen und politischen Rahmenbedingungen auf nationaler und internationaler Ebene gefordert, komplexe Fragestellungen analytisch zu bearbeiten.

Am Ende des zweiten und im dritten Semesters absolvieren die Studierenden zwei Projektarbeiten, die auch in oder in Zusammenarbeit mit einem Unternehmen durchgeführt werden können. Die beiden Projektarbeiten können miteinander kombiniert werden.

Das nachstehende Curriculum stellt die Studieninhalte im Einzelnen dar:

	Semester	Prüfungen	Gewichtung	Kontaktstudium [h]	Selbststudium [h]	ECTS	1. Sem.	2. Sem.	3. Sem.
Modul 1: Executive Management	1	K (90) oder PR / SL	6%	63	87	6	6		
1.1 Business Simulation Game		SL		21	29	2	2		
1.2 Human Resources Management		K (90) oder PR		21	29	2	2		
1.3 Organisation		K (90) oder PR		21	29	2	2		
Modul 2: Vertiefungsmodule BWL *	1	2 K (90)	8%	84	116	8	8		
2.1 Industrielles Management und Logistik I		K (90)	1/2	42	58	4	4		
2.2 Vertriebsmanagement I									
2.3 Internationales Marketing I									
2.4 E-Business I									
Modul 3: International Economics I	1	K (90) / H-P (15)	6%	20	130	6	2		
3.1 Makro- und Mikroökonomik		K (90)	2/3	10	65	3	1		
3.2 Academic Writing and Research Methods		H-P (15)	1/3	10	65	3	1		
Modul 4: Controlling	1	K (90)	6%	10	115	5	1		
4.1 Strategisches Controlling				0	50	2			
4.2 Investitionscontrolling				0	50	2			
4.3 Finanzcontrolling				0	25	1			
Modul 5: Management Accounting	1	K (90)	6%	10	140	6	1		
5.1 External Accounting				0	50	2			
5.2 Internal Accounting				0	50	2			
5.3 International Accounting and Capital Market Communication				0	50	2			
Summe			32%	187	588	31	18		
Modul 6: Innovationsmanagement und Business Planning	2	Portfolio	6%	52	98	6		5	
6.1 Innovationsmanagement				21	29	2		2	
6.2 Management für den Mittelstand				21	29	2		2	
6.3 Business Planning				10	40	2		1	
Modul 7: Vertiefungsmodule BWL **	2	K (90) oder M (15) / H	12%	84	216	12		8	
7.1 Industrielles Management und Logistik II		K (90) oder M (15)	1/3	42	58	4	4		
7.2 Vertriebsmanagement II									
7.3 Internationales Marketing II									
7.4 E-Business II									
7.5 Hausarbeit		H	1/3	0	100	4		0	
Modul 8: International Economics II	2	K (90)	6%	20	105	5		2	
8.1 Wirtschaftspolitik				0	75	3		1	
8.2 Emerging Markets				0	50	2		1	
Modul 9: Projektarbeit I ***	2	H oder PR - P (20)	7%	0	150	6		0	
9.1 Projektarbeit									
9.2 Projektarbeit (Praktikum min. 8 Wochen)									
Summe			31%	156	569	29		15	
Modul 10: Projektarbeit II ***	3	H oder PR - P (20)	7%	0	150	6			0
10.1 Projektarbeit									
10.2 Projektarbeit (Praktikum min. 8 Wochen)									
Modul 11: Master-Thesis	3	T / M (45)	30%	0	600	24			0
11.1 Master-Thesis			2/3	0	575	23			
11.2 Disputation über die Master-Thesis			1/3	0	25	1			
Summe			37%	0	750	30			0
Summe			100%	343	1.907	90	18	15	0
				2.250			33		

Legende:

H	Hausarbeit
K	Klausur (Minuten)
M	mündliche Prüfung (Minuten)
P	Präsentation (Minuten)
Portfolio	Portfolio-Prüfung
PR	Praxisreflexion
SL	Studienleistung
SWS	Semesterwochenstunden
T	Thesis

* Die Studierenden wählen zwei Fächer.

** Die Studierenden führen die in Modul 2 gewählten Fächer fort.

*** Die Studierenden wählen zwischen der Erstellung einer Hausarbeit oder einem Praktikum mit einer Erstellung einer Hausarbeit bzw. einer Praxisreflexion.

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Für alle Studiengänge

Der Gesamteindruck des Gutachtergremiums hinsichtlich der drei neuen Studiengänge ist positiv. Die Inhalte treffen den Puls der Zeit und die Hochschule überzeugt auch durch ihre Professionalität und ihre langjährige Erfahrung. Die Curricula sind unter Berücksichtigung der festgelegten Eingangsqualifikation und im Hinblick auf die Erreichbarkeit der Qualifikationsziele adäquat aufgebaut. Die Qualifikationsziele, die Studiengangsbezeichnungen, Abschlussgrade und -bezeichnungen und die Modulkonzepte sind stimmig aufeinander bezogen.

Praxisanteile finden besondere Berücksichtigung (40 Wochen kreditierte Pflichtpraktika). Die Praxisblöcke dienen außerdem der individuellen Schwerpunktsetzung der Studierenden (studierendenzentriertes Lernen, individuelle Profilbildung).

Studiengang 01: Digital Marketing & Sales for Creator Economy (B.Sc)

Die beiden Schwerpunkte Digital Marketing und Sales for Creator Economy sind klar herausgestellt und finden eine ausgewogene Berücksichtigung im Studiengang. Zudem hebt das Gutachtergremium positiv hervor, dass digitale Lehrmethoden die Thematik des Studiengangs unterstützen.

Für die beiden Studiengänge Entrepreneurship und Start-up-Creation (B.Sc.) und den MBA empfiehlt das Gutachtergremium, mehr digitale Lehranteile zu integrieren, um mit der Zeit mit zu gehen.

Studiengang 02: Entrepreneurship und Start-up-Creation (B.Sc.)

Für den Studiengang Entrepreneurship und Start-up-Creation (B.Sc.) empfiehlt das Gutachtergremium die Schwerpunkte in Richtung Start-up-Creation noch klarer herauszustellen und die Gewichtung der Inhalte (klassische BWL Themen und Entrepreneurship) zu reflektieren. Es könnten Inhalte zu Marketing und Sales erhöht und zu Personalmanagement ergänzt werden.

Studiengang 03: Master of Business Administration (MBA)

Die Erweiterung des Studienportfolios um den Präsenzstudiengang Master of Business Administration (MBA) (bisher nur im Fernstudium an der Hochschule angeboten) für eine Zielgruppe mit weniger Berufserfahrung, hält das Gutachtergremium für sinnvoll. Es empfiehlt, mehr Soft Skill Module im Curriculum zu verankern, um die Kompetenzen der Studierenden bezüglich Mitarbeiterführung, Digitalisierung und Kommunikation weiter auszubauen.

Entscheidungsvorschlag

Erfüllt.

Das Gutachtergremium gibt folgende Empfehlung für den Studiengang Entrepreneurship und Start-up-Creation (B.Sc.):

Die Hochschule sollte die Studienschwerpunkte in Richtung Start-up-Creation klarer herausstellen und die Gewichtung von klassischen BWL Themen und Entrepreneurship noch einmal reflektieren. Inhalte zu Marketing und Sales sowie Personalmanagement könnten ergänzt werden.

Das Gutachtergremium gibt folgende Empfehlung für die Studiengänge Entrepreneurship und Start-up-Creation (B.Sc.) und Master of Business Administration (MBA):

Es sollten mehr digitale Lehranteile zum Einsatz kommen, um die digitale Kompetenz der Studierenden auszubauen.

Das Gutachtergremium gibt folgende Empfehlung für den Studiengang Master of Business Administration (MBA):

Es könnten mehr Soft Skill Module zu Führung und Kommunikation ins Curriculum integriert werden.

Mobilität (§ 12 Abs. 1 Satz 4 Nds. StudAkkVO)

Studiengangsübergreifende Aspekte

Im Laufe des Studiums können Studierende entsprechend der Prüfungsordnung ein Auslandssemester an einer staatlich anerkannten Hochschule – vorzugsweise einer Partnerhochschule der PFH – absolvieren. Die staatliche Anerkennung der empfangenden Hochschule wird mit Hilfe der ZAB und der ANABIN-Datenbank ermittelt.

Das Studiengangskonzept ist sowohl für Präsenzstudiengänge als auch für Präsenz-Intensivstudiengänge so gestaltet, dass Zeiträume für Aufenthalte an anderen Hochschulen ohne Zeitverlust möglich sind. In den Campus-Intensiv-Studiengängen ist ein Auslandssemester im fünften Semester empfohlen, im Masterstudium bieten sich die beiden „Projektarbeit“ Module im zweiten Semester dafür an. Wählen Masterstudierende die Option „Auslandssemester“, so fertigen sie als Prüfungsleistung eine wissenschaftliche Arbeit an. Diese kann auch im Rahmen eines Moduls an einer Partnerhochschule absolviert und dann anerkannt werden. Ansonsten sind Art, Inhalt und Umfang der Module, die an einer Partnerhochschule absolviert werden frei wählbar. Den Studierenden stehen alle Themenschwerpunkte eines Masterstudiengangs an einer ausländischen Partnerhochschule offen. Ebenso sind die Studierenden bei der Anzahl der Module und damit auch der ECTS-Leistungspunkte frei. Module, die an Hochschulen im In- und Ausland belegt wurden, werden anerkannt, sofern keine wesentlichen Unterschiede bestehen (vgl. § 13 PO).

Mit dem Auslandssemester stärken Studierende ihre interkulturellen Kompetenzen und werden für eine globalisierte Welt sensibilisiert. Neben der Möglichkeit, ihre Fremdsprachenkenntnisse zu verbessern, erhalten die Studierenden die Gelegenheit, ihre Kenntnisse im Rahmen des Fachstudiums zu vertiefen oder neue Kenntnisse im Rahmen eines Studium Generale zu erwerben. Die im Ausland zu erbringenden Leistungen und deren Anerkennung werden in einem Learning Agreement festgelegt, das vor dem Aufenthalt zwischen den Studierenden, den fachlichen Betreuenden der empfangenden Hochschule und den fachlichen Betreuenden der PFH vereinbart wird.

Allen Studierenden steht außerdem die Lernplattform „Rosetta Stone“ zur Verfügung, um Sprachkenntnisse zu vertiefen oder neue Sprachen zu erlernen. Dies fördert die Nutzung fremdsprachiger Fachliteratur und unterstützt und erleichtert dabei, ein Semester oder Praktikum im Ausland wahrzunehmen.

Das Internationale Büro der Hochschule informiert, organisiert und betreut die Studierenden bei ihren Plänen für ein Studium oder Praktikum im Ausland. Die Hochschule nimmt darüber hinaus am ERASMUS-Programm der Europäischen Union teil und vermittelt mit Hilfe dieses Programms Studierende an Partnerhochschulen im europäischen Ausland. Die PFH benennt selbst eine Vielzahl inner- und außereuropäischer Hochschulen, zu denen sie eine Partnerschaft unterhält (vgl. Selbstbericht S. 23 und Modulhandbücher, Modulbeschreibung für das Wahlmodul Auslandssemester im Bachelorstudium sowie Module 9 und 10 „Projektarbeit“ im Masterstudium).

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Die studentische Mobilität ist gegeben und entsprechende Regelungen finden auch in anderen vergleichbaren Studiengängen der Hochschule ihre Umsetzung. Die Hochschule verfügt über viele Kooperationen mit ausländischen Hochschulen und setzte Studierenden-Austausche in der Vergangenheit vor allem im Rahmen des Erasmus-Programms um. Für die drei neuen Studiengänge wäre jetzt der richtige Zeitpunkt, noch gezielter relevante Kooperationen, die für die thematischen Schwerpunkte der Studiengänge passend sind, auszusuchen und die Kontakte zu intensivieren. Das Gutachtergremium regt dazu an, eine Strategie für die Internationalisierung zu entwickeln. Positiv hebt es die Besetzung des International Offices hervor. Die ehemals zuständige Person zeigte viel Engagement bei der Umsetzung von Auslandsaufenthalten und gab diese Aufgabe an ein verantwortungsvolles Team weiter.

Entscheidungsvorschlag

Erfüllt.

Personelle Ausstattung (§ 12 Abs. 2 Nds. StudAkkVO)

Studiengangsübergreifende Aspekte

Die Einstellungs Voraussetzungen für das Lehrpersonal sind in § 25 NHG und der hochschuleigenen Berufsordnung festgelegt. Die Hochschule hat sich zum Ziel gesetzt, praxisrelevant und theoriegeleitet auszubilden. Dieser Zweck soll durch die Kombination aus der Praxiserfahrung und der theoretischen Ausbildung der Lehrenden erreicht werden. Die pädagogische Qualifikation ist ein zusätzlicher Indikator im Rahmen eines Berufsverfahrens, der in § 25 Abs.1 S. 2 NHG ausdrücklich verlangt wird. Darüber hinaus erwartet die PFH unternehmerisches Denken, innovativen Gestaltungswillen und anwendungsorientierte Forschung.

Alle hauptamtlich Lehrenden verfügen mindestens über die akademischen Abschlüsse Diplom/Master und Promotion. Die Hochschule legt eine Lehrverflechtungsmatrix für das Wintersemester 2023/24 für alle Studiengänge vor, in der der Anteil hauptamtlich lehrender Professorinnen und Professoren zwischen 61 und 73 Prozent prognostiziert ist. Aktuell fehlt eine Besetzung für den Fachbereich Allgemeine BWL, insbesondere Internationales Marketing (vgl. Lehrverflechtungsmatrix). Die wissenschaftliche Qualifikation einzelner Lehrender wird durch zahlreiche Forschungsprojekte und Publikationen ausgewiesen. Generell stellt die Hochschule für Forschungsaktivitäten auf Antrag Freiräume mit den benötigten Rahmenbedingungen zur Verfügung und sieht dies als wichtigen Bestandteil einer Professur an.

Das wissenschaftliche Personal der zu akkreditierenden Studiengänge gehört dem Departement „Management & Law“ an. Bei dem Einsatz des Personals in den neuen Studiengängen kann daher teilweise auf die Expertise der Lehrenden bereits bestehender Studiengänge zurückgegriffen werden. Die Verantwortung für die Lehre liegt bei den Studiengangs- und Modulverantwortlichen.

Beim wissenschaftlichen Personal ist in den „wissenschaftlichen Mittelbau“ und das Professorenkollegium zu unterscheiden. An der PFH wird der wissenschaftliche Nachwuchs aufgebaut, indem eine halbe Stelle auf drei Jahre ausgelobt wird, in der der/die Einzelne zur Promotion geführt werden soll. Der Aufbau von bis zu zehn solcher Stellen soll im Rahmen kleiner Forschungsgruppen von bis zu drei „Junior Forschenden“ (Institut das „Zentrum für Entrepreneurship“ in enger Anbindung an die Professoren der PFH zu Forschungsergebnissen geführt werden. Der wissenschaftliche Nachwuchs wird dabei auch in die Betreuung von Bachelor- und Masterstudierenden

(Kompetenzerweiterung on the job) eingebunden. Ziel ist es letztlich, in einem wissenschaftlichen Umfeld und einer genügenden finanziellen und sächlichen Ausstattung Promotionen an Partneruniversitäten zu ermöglichen und darüber hinaus Forschungsfelder im Rahmen der PFH Forschungskonzeption zu bearbeiten. Hierfür sind Kongressteilnahmen, Inhouse Seminare im Rahmen von Academic Writing sowie Vortragstechniken zur Vorbereitung von Konferenzteilnahmen vorgesehen. Institutionalisiert sind seit 2009 spezielle „Research-Kolloquien“, in denen der Fortschritt der wissenschaftlichen Arbeiten zur Diskussion steht (vgl. S. 2 Anlage „Weiterbildungskonzept der PFH“).

Von arbeitsrechtlich festgelegten 18 SWS entfallen ca. 23 Prozent auf die Lehrverpflichtung und 77 Prozent auf die Betreuung der Studierenden, Forschung, Vor- und Nachbereitung der Lehre sowie Selbstverwaltung. Für die beiden letztgenannten Bereiche steht ein erfahrenes Team von Koordinatoren zur Unterstützung bereit, so dass auch auf diese Weise Forschungsfreiräume entstehen können.

Weiterbildungsmöglichkeiten werden den Professorinnen und Professoren bei Bedarf genehmigt. Dies betraf in der Vergangenheit zum Beispiel hochschuldidaktische Schulungen zu hybriden Themen in der Online- und Präsenzlehre und die Fremdsprachenförderung. Für die Gruppe der Professorinnen und Professoren ist die Weiterbildung in einen die Lehre betreffenden und einen die Forschung betreffenden Teil zu unterscheiden.

Die Lehre wiederum kann in:

- die pädagogische und psychologische Weiterbildung von Professorinnen und Professoren inkl. der Einübung von neuen Prüfungstechniken und
- Weiterentwicklung der Vortragstechniken in deutscher und englischer Sprache

unterteilt werden. In diesen Bereichen werden dem Professoren-Kollegium Weiterbildungen angeboten, die zum einen individuell oder gruppenweit sind. Als Weiterbildungspartner steht das Kompetenzzentrum Hochschuldidaktik Niedersachsen zur Verfügung.

In der Forschung ist ebenfalls eine Unterteilung vorzunehmen:

- Forschungsfreiräume können auf Antrag Forschungs- und Praxisfreisemester ermöglichen, wobei eher Praxissemester nachgefragt werden. Für Forschungssemester wird zukünftig ein Kurz-Sabbatical in der vorlesungsfreien Zeit angestrebt, das sich mittelfristig auch in einem Forschungsaustausch mit Partnerhochschulen für eine längere Zeit niederschlagen kann. Erste Erfahrungen wurden mit einem Austausch im „Fachbereich“ Technologie im Wintersemester 2012/13 gesammelt. Der Forschungsaufenthalt umfasste 2,5 Monate bei der NASA in Houston/ Texas. Eine Entlastung im Rahmen der Lehre und der (Vor-)Prüfungen soll durch den Aufbau des wissenschaftlichen Mittelbaus weitere Freiräume entwickeln.
- Forschungsanträge bzw. die Intensivierung der Drittmittelforschung ist eine wichtige Voraussetzung für den Aufbau des wissenschaftlichen Mittelbaus. Die erfolgreiche Beantragung setzt eine spezifische Weiterbildung im Antragswesen voraus.

Externe Budgets von € 100.000 pro Jahr sind in den nächsten zwei Jahren für die Weiterbildung eingeplant.

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Anhand der eingereichten Unterlagen und der Gespräche mit den Lehrenden hat sich das Gutachtergremium davon überzeugt, dass das für die geplanten Studiengänge eingesetzte Lehrper-

sonal fachlich und methodisch-didaktisch qualifiziert ist (die Lehrenden dozieren bereits in anderen Studiengängen der PFH). Die hauptberuflich tätigen Professorinnen und Professoren bilden eine Quote von über 50%. Somit wird gesichert, dass aktuelle Erkenntnisse aus der Forschung in die Lehre transferiert werden.

Eine Professur für den Bereich BWL mit Schwerpunkt internationales Marketing ist noch zu besetzen. Die Stelle ist bereits ausgeschrieben. Das Gutachtergremium fordert die Hochschule auf, insbesondere die Schwerpunktmodule zum Themenbereich Digital Marketing durch methodisch und didaktisch ausreichend qualifiziertes Lehrpersonal abzudecken. Der Schwerpunkt Digital Marketing liegt momentan bei externen Lehrbeauftragten (unter der Modulverantwortung durch hauptamtliche Professorinnen und Professoren). Aufgrund fehlender Lebensläufe des externen Lehrpersonals konnte sich das Gutachtergremium nicht von der Qualifikation der Lehrpersonen überzeugen.

Entscheidungsvorschlag

Kriterium ist erfüllt für die Studiengänge Entrepreneurship und Start-up-Creation (B.Sc.) und Master of Business Administration (MBA).

Kriterium ist nicht erfüllt für den Studiengang Digital Marketing & Sales for Creator Economy (B.Sc.), da die Hochschule für den Schwerpunkt Digital Marketing nicht nachweisen konnte, wie dieser durch methodisch und didaktisch ausreichend qualifiziertes Lehrpersonal umgesetzt wird.

Das Gutachtergremium schlägt folgende Auflage für den Studiengang Digital Marketing & Sales for Creator Economy (B.Sc.) vor:

Die Hochschule stellt, insbesondere für den Schwerpunkt Digital Marketing, sicher, dass ausreichend fachlich und methodisch-didaktisch qualifiziertes Lehrpersonal vorhanden ist.

Ressourcenausstattung (§ 12 Abs. 3 Nds. StudAkkVO)

Studiengangsübergreifende Aspekte

Der Standort Göttingen verfügt über vierzehn Räume mit 15 bis 150 Plätzen, einem EDV-Schulungsraum sowie einer Bibliothek, Arbeitsräumen, einer Lounge und einem Silentium. Die Seminar- und Vorlesungsräume sind jeweils mit Beamer, OH-Projektor sowie Tafel und Flipchart ausgestattet.

Alle Studierenden haben die Möglichkeit, sich über den hochschuleigenen EBSCO-Online-Zugang mit Literatur zu versorgen (Zugriff auf eine große Bandbreite an wissenschaftlichen Fachzeitschriften wie Business Source Premier, Entrepreneurial Studies Source, PsyArticles, Psychology and Behavioural Sciences Collection, PsycINFO, Academic Search Ultimate, Business Source Ultimate). Der Zugriff auf weitere Artikel und Journals erfolgt in Absprache mit den Professorinnen und Professoren, so dass das Angebot sukzessiv und bedarfsabhängig erweitert wird. Zugriff auf Beck Online besteht für das Fachgebiet Rechtswissenschaften.

Des Weiteren haben Studierende Zugriff auf Statista sowie auf Literatur des Hogrefe-Verlag, Springer Nature (hier: Psychologie, Technik und Informatik, Wirtschaftswissenschaften) und des ZBW – Leibniz Informationszentrum Wirtschaft.

Grundsätzlich sind (Fern-)Ausleihen für Studierende an den Bibliotheken möglich, die in den Orten der Fernstudienzentren sind (Göttingen, Stade, Berlin, Dortmund, Dresden, Freiburg, Hannover, Leipzig, Ludwigshafen, München, Ratingen/Düsseldorf, Regensburg, Stuttgart und Wien).

Die Studierenden haben Zugriff auf die PFH-eigene Bibliothek an den Standorten Göttingen und Stade sowie auf PFH-externe Bibliotheken am Standort Göttingen. In den Räumlichkeiten der Staats- und Universitätsbibliothek Göttingen (SUB) haben die PFH-Studierenden über deren Research-Rechner vor Ort Zugriff auf alle digitalen Veröffentlichungen (Bücher, Zeitschriften etc.), auf die auch die Studierenden der Universität Göttingen zurückgreifen können. Darüber hinaus können die PFH-Studierenden auf alle Printmedien der SUB und ihren angeschlossenen Fachbibliotheken vor Ort bzw. durch eine Ausleihe (sofern diese generell vorgesehen ist) zurückgreifen.

Der Handapparat der PFH bietet den Studierenden eine von den Professorinnen und Professoren erstellte Auswahl an Literatur, die durch von Studierenden vorgeschlagene Bücher ergänzt wird. Zudem können die Studierenden auf Bibliotheken anderer wohnortnaher Hochschulstandorte zugreifen.

Eine E-Book Bibliothek, die die Literaturversorgung aller PFH Studierenden deutlich verbessern wird, befindet sich in der Aufbauphase. Derzeit sind 2.000 E-Books im Bestand. In den folgenden Jahren steht jährlich ein Budget von € 50.000 für die Erweiterung zur Verfügung. Mit der „Schwesterhochschule“ Macromedia wird ein gemeinsamer Discovery-Service umgesetzt, der zu einem noch größeren Angebot an E-Books für die Studierenden führen soll.

Die Curricula werden im internen Bereich *myPFH* interaktiv dargestellt und um Funktionen wie Lernmaterialien, Prüfungsanmeldungen und Prüfungsergebniskommunikation erweitert. Den jeweiligen Modulhandbüchern können die aufeinander abgestimmten Inhalte entnommen werden.

Das ZE Zentrum für Entrepreneurship ist 2010 gegründet worden und fungiert als hochschulübergreifendes Zentrum für die Innovations- und Gründungsförderung der PFH (alle Campusstandorte und Fernstudienbereich), mit einem breit angelegten Beratungs-, Qualifizierungs- und Unterstützungsangebot für Studierende, Alumni und Gründungsaktive und mit entsprechender Lehr- und Forschungsarbeit. Das ZE ist akkreditierte Beratungsinstanz, es berät und begleitet u.a. bei Stipendien. An Support-Strukturen bietet es Räumlichkeiten (Inkubatoren, in Göttingen das GO-E-LAB) und die eigene Crowdfunding-Plattform „Ideenbeweger“ mit Matchfunding-Funktionalität durch einen Förderkreis sowie ein Crowdvoting-Tool. Zu den jährlichen Premium-Veranstaltungsformaten gehören die Entrepreneurship School, der Ideencampus Südniedersachsen und Start-up meets Mittelstand etc. Das ZE begleitet und realisiert den landesweiten Gründungs- und Innovationswettbewerb DigitalSTARTer (mit mehreren Landesministerien und start-up Niedersachsen) und setzt mehrere Drittmittelförderprogramme im Bereich der Innovations- und Gründungsförderung und vor allem der Entrepreneurship Education, gerade im Nachwuchsbereich bzw. Hochschul- und Schulbereich, um.

Am ZE ist der Ideenbeweger e.V. als An-Institut und Förderverein der PFH angesiedelt. Er ist anlässlich des 25-jährigen Bestehens der PFH und dem zehnjährigen Bestehens des ZE in 2020 gegründet worden. Der Ideenbeweger e.V. ist gemeinnützig und dient ebenfalls der Unterstützung und Förderung des unternehmerischen Nachwuchses.

Weiterbildungsangebote für verschiedene Mitarbeitenebenen sind in nachstehender Tabelle aufgeführt (vgl. S. 2 Anlage „Weiterbildungskonzept der PFH“):

Mitarbeitererebenen	Weiterbildungsinhalte
Verwaltungsmitarbeiter/Funktionsträger Office Management; Prüfungsamt, Gleichstellungsbeauftragte, Campusleitungen	Primat der funktionsbezogenen Weiterbildung, Sprachkompetenzen erhöhen, stete Weiterbildung über die Änderungen der rechtlichen Rahmenbedingungen, Führungsseminare
Unterstützende Einheiten IT; Rechnungswesen Kommunikationsabteilung	Funktionsbezogene Weiterbildung, Ausbildereignungsprüfungen, um in dem Ausbildungsbereich tätig zu werden. „Train the trainer“ Ansätze entwickeln.
Wissenschaftliche Mitarbeiter; Internationales Büro, Akkreditierungs- und Qualitätsmanagement	Weiterbildung in grundlegenden Forschungs- techniken und Vortragstechniken, Sprachkompetenz, Vorbereitung auf den „internationalen Wissenschaftsbetrieb“, funktionsbezogene Weiterbildung
Professorenkollegium	Weiterbildung (in Pädagogik und Prüfungstechniken) durch externe Seminare / Sprachkompetenzentwicklung „Forschungsfreiemester bzw. -sabbaticals“

Diese Weiterbildungsinhalte werden sowohl als Inhouse Seminare als auch mit externen Weiterbildungsträgern durchgeführt. Ziel ist eine kontinuierliche Weiterentwicklung. In den nächsten zwei Jahren steht aufgrund der Internationalisierung der Studierendenschaft insbesondere die englische Sprachkompetenz im Mittelpunkt. Aufgrund der hochschuleigenen HIS Entwicklung werden im IT Bereich Kompetenzen im Linux Umfeld einerseits und dem Projektmanagement und Vortragstechniken (im Sinne eines „Train the Trainer“ Ansatzes) andererseits ausgebaut. Diese münden in geplante Inhouse Schulungen für die Anwender des HIS.

Fundraising Seminare sowie die Internationalisierung unterstützende Seminare werden im Rahmen von regelmäßigen externen Seminaren und Kongressbesuchen für das internationale Büro bzw. der Leiterin des Business Services angesetzt.

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Die Unterlagen und die Gesprächsrunden mit Studierenden und Verwaltungsmitarbeitenden vermittelten einen sehr guten Eindruck über die technische Ausstattung der Räume sowie die Zugangsmöglichkeiten zu Bibliotheken und Informationen über die Lernplattform. Das Gutachtergremium erhielt zum Einblick in die Lernplattform Gastzugänge und konnte bereits Studienmaterial anschauen. Räumliche Kapazitäten sind laut Studierenden und Selbstbericht ausreichend vorhanden. Die Erreichung der Studiengangsziele ist durch die Gegebenheiten vor Ort gewährleistet.

Es stehen die Unterstützungs- und Serviceleistungen der Hochschule, inklusive der dort vorhandenen wissenschaftlichen und verwaltungsseitigen Personalressourcen intensiv zur Verfügung. Die Verwaltungsunterstützung und die Ressourcenausstattung für Studierende und Lehrende bewertet das Gutachtergremium sehr positiv.

Entscheidungsvorschlag

Erfüllt.

Prüfungssystem (§ 12 Abs. 4 Nds. StudAkkVO)

Studiengangsübergreifende Aspekte

Die Prüfungsleistungen der Studiengänge werden in den §§ 6 bis 9 des allgemeinen Teils der PO (PO AT) definiert sowie in den jeweiligen Modulhandbüchern und Curricula (siehe § 12 Abs. 1 Sätze 1 bis 3 und 5 NdsStudAkkVO) ausgewiesen.

- Hausarbeit/Referat: selbstständige schriftliche Bearbeitung einer fachspezifischen oder fächerübergreifenden Aufgabenstellung. In geeigneten Fällen können die erarbeiteten Lösungen in einer für die berufliche Tätigkeit typischen Weise mündlich erläutert werden.
- Klausur: Nachweis, dass in begrenzter Zeit, mit begrenzten Hilfsmitteln und unter Aufsicht mit den geläufigen Methoden des Faches ein Problem erkannt und Wege zu einer Lösung gefunden werden können. Klausuren können in Präsenz oder online stattfinden.
- mündliche Prüfung: Wissensstandsüberprüfung, auch als Präsentation mit anschließendem Fachgespräch (Einzel- oder Gruppenprüfung).
- Fachpräsentation: mündliche Prüfung, in der ein wissenschaftliches Thema im Rahmen einer fünfzehnminütigen (Online-) Prüfung präsentiert wird.
- Projektarbeit: selbstständige schriftliche Bearbeitung einer empirischen Aufgabenstellung.
- Praxisreflexion/Chartbook: Aufgabenstellung aus der Praxis anhand eines praktischen Beispiels selbstständig schriftlich bearbeiten und reflektieren.
- Portfolio-Prüfung: einheitliche Prüfungsform, in der Studierende bestimmte Leistungen im Rahmen von Lehrveranstaltungen eines Moduls kontinuierlich und auf verschiedene Art und Weise erbringen können. Eine Portfolio-Prüfung setzt sich aus mehreren studienbegleitenden Prüfungselementen unterschiedlicher Form zusammen. Es kommen hierbei insbesondere die schriftliche Ausarbeitung, der Multiple-Choice-Test, das Referat, die protokollierte praktische Leistung, das mündliche Fachgespräch oder das Poster in Betracht. Es können auch weitere fachspezifische Prüfungsformen umgesetzt werden. Art, Umfang und Gewichtung für jedes einzelne Prüfungselement wird von den Lehrenden zu Beginn des Semesters einheitlich für den Kurs festgelegt.
- Studienleistung: Studienleistungen dienen der Überprüfung des im Kontakt- oder Selbststudium erworbenen Wissens. Studienleistungen werden bei erfolgreicher Bearbeitung als „bestanden“ oder mit einer Note gewertet und fließen nicht in die Gesamtnote der Bachelor-/Master-Prüfung ein. Die Wiederholungsmöglichkeiten sind nicht beschränkt, sofern der spezielle Teil keine anderen Vorgaben enthält.

Die Prüfungsverwaltung ist für alle Studiengänge zentral in Göttingen angesiedelt. Für die Planung der Prüfungen ist der Prüfungsausschuss zuständig, der aus drei Professorinnen und Professoren sowie zwei Studierenden besteht. Er stellt bei Bedarf einen Nachteilsausgleich für Studierende mit Handicap sicher (vgl. § 6 Abs. 5 PO AT und S. 27 Selbstbericht). Durch eine transparente Darstellung im Modulhandbuch bzw. in der Prüfungsordnung wird es den Studierenden anhand von Kreditpunkten, Studienmodulen und studienbegleitenden Prüfungen ermöglicht, einen genauen Überblick über ihre jeweiligen Lernfortschritte (sichtbar in der Lernplattform) zu erhalten und ihre Studienaktivitäten exakt zu planen.

Klausuren müssen i. d. R. innerhalb von vier Wochen bewertet werden (vgl. S. 27 Selbstbericht). Die Ergebnisse sind im internen, passwortgeschützten Bereich *myPFH* zu veröffentlichen. Dort

sind auch die Prüfungsordnung mit den darin ausgewiesenen Prüfungsarten sowie ein kommentierter Prüfungsablauf hinterlegt.

Die Klausuren werden überwiegend zum Semesterende abgelegt, wobei einige – Klausuren als auch mündliche Prüfungen, Hausarbeiten, Referate, Fallarbeiten und Präsentationen – über das Semester verteilt werden, um die Prüfungsbelastung zu reduzieren. Zu Beginn des folgenden Semesters werden alle schriftlichen Klausuren und mündlichen Prüfungen als Wiederholungsprüfung angeboten, so dass sie in jedem Semester absolviert werden können. Damit soll eine Verlängerung des Studiums vermieden werden (vgl. S. 27 Selbstbericht). Nicht bestandene Prüfungsleistungen und auch die Abschlussarbeit sowie die Disputation über die Abschlussarbeit können einmal wiederholt werden (vgl. § 29 jeweilige PO). Die Studierenden können nach ihrem zweiten nicht bestandenen Klausurversuch entweder eine mündliche Ergänzungsprüfung in Göttingen oder eine dritte Klausur absolvieren (vgl. S. 27 Selbstbericht).

Bei der Abschlussarbeit werden Studierende von den Lehrenden intensiv betreut. Die Abschlussarbeit kann auch als Gruppenarbeit angefertigt werden (vgl. § 9 PO AT).

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Die in den Modulen festgelegten Prüfungsleistungen sind, nach Überzeugung des Gutachtergremiums, in Form, Inhalt und Vielfalt dazu geeignet, die jeweiligen Lernergebnisse festzustellen. Sie sind modulbezogen und kompetenzorientiert. Im Rahmen der digitalen Begutachtung hat das Gutachtergremium beispielhafte Leistungsnachweise aus anderen vergleichbaren Studiengängen, wie Klausuren und Hausarbeiten, eingesehen und empfand diese als angemessen. Das Gutachtergremium ist der Ansicht, dass die Studierenden hinreichend zum wissenschaftlichen Arbeiten durch die Hausarbeiten sowie durch die Erstellung der Thesis befähigt werden.

Entscheidungsvorschlag

Erfüllt.

Studierbarkeit (§ 12 Abs. 5 Nds. StudAkkVO)

Studiengangübergreifende Aspekte

Die Studiengänge folgen der klassischen Semesterstruktur. Zu Beginn des Studiums und bei Bedarf auch in den nachfolgenden Semestern finden Informationsveranstaltungen zum Ablauf des Studiums und des jeweiligen Semesters statt. Hier werden alle relevanten Informationen, z.B. zu Fächerwahl und Prüfungen, vorgestellt und offene Fragen zu den Abläufen besprochen. Für die individuelle Studien- und Prüfungsplanung stehen die Studienkoordination und das Prüfungsamt jederzeit zur Verfügung. Die Studierenden bekommen im ersten Semester eine Mentorin oder einen Mentor zugewiesen, den sie in den nachfolgenden Semestern frei wählen können. Sie beraten die Studierenden über die üblichen Serviceleistungen hinaus in Fragen des Studiums und der persönlichen Karriere. Über die Plattform *myPFH* erhalten die Studierenden alle notwendigen Unterlagen, sowohl inhaltlicher als auch organisatorischer Natur.

Die Studierenden können sich semesterweise vom Studien- und Prüfungsbetrieb beurlauben lassen. In dieser Zeit fallen keine Studiengebühren an.

Die Curricula der Studiengänge wurden unter Berücksichtigung bisheriger Erfahrungen zur Workload-Berechnung ähnlicher Studiengänge konzipiert. Die studentische Arbeitsbelastung orientiert sich an formalen Vorgaben, bisherigen Erfahrungen im Studienbetrieb anderer Studiengänge und Erkenntnissen aus der Lehrevaluation. In den Curricula der Intensivstudiengänge werden

zwischen 29 und 42 ECTS-Leistungspunkte pro Semester vergeben. Der Unterschied von bis zu 13 ECTS-Leistungspunkten pro Semester ist auf Pflichtpraktika zurückzuführen, welche als integrale Bestandteile des Studiums ebenfalls kreditiert und während der vorlesungsfreien Zeit absolviert werden (ab dem zweiten Semester mit bis zu zehn ECTS-Leistungspunkten).

Die jährliche Gesamtzahl addiert sich auf maximal 72 ECTS-Leistungspunkte. Prüfungen werden während des regulären Semesters anberaumt und durchgeführt. Um eine belastungsangemessene Prüfungsdichte zu gewährleisten, sieht die Hochschule jeweils nur eine Prüfung pro Modul vor, wobei jedes Modul einen Umfang von mindestens fünf ECTS-Leistungspunkten aufweist. Im MBA Studiengang beträgt der Workload 29 bis 31 ECTS-Leistungspunkte pro Semester.

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Die Studiengänge sind so ausgestaltet, dass diese nach Einschätzung des Gutachtergremiums von den Studierenden innerhalb der Regelstudienzeit abgeschlossen werden können. Ein plausibler und der Prüfungsbelastung angemessener durchschnittlicher Arbeitsaufwand ist gewährleistet, wobei die Lernergebnisse eines Moduls so bemessen sind, dass sie innerhalb eines Semesters erreicht werden können. Dies wird in regelmäßigen Erhebungen validiert. Der Arbeitsaufwand ist in einem angemessenen Bereich angesetzt. Aufgrund der Studienform der beiden Intensivstudiengänge unterscheidet sich die Kreditpunktevergabe zum Teil erheblich in den verschiedenen Semestern. Dies begründet die Hochschule mit der Anrechnung von bis zu zehn Kreditpunkten für die Praktika, die in der vorlesungsfreien Zeit stattfinden. Unter Berücksichtigung der langjährigen Erfahrungen der Hochschule mit Intensivstudiengängen in Zusammenhang mit der in Kapitel § 12 Abs. 6 Nds.StudAkkVO Besonderer Profilanpruch dargestellten Maßnahmen, erachtet das Gutachtergremium die Studierbarkeit als gewährleistet. Die Überschneidungsfreiheit von Lehrveranstaltungen und Prüfungen ist gegeben.

In den Gesprächen mit Studierenden und Absolventinnen und Absolventen anderer bereits laufender Studiengänge wurde deutlich, dass die Arbeitsbelastung aus deren Sicht gut leistbar ist. Die individuelle und zeitnahe Betreuung hoben alle Gesprächsteilnehmerinnen und Gesprächsteilnehmer positiv hervor.

Entscheidungsvorschlag

Erfüllt.

Besonderer Profilanpruch (§ 12 Abs. 6 Nds.StudAkkVO)

Studiengangsspezifische Bewertung

Intensivstudium

Die PFH bietet die beiden zu akkreditierenden Bachelorstudiengänge in der Form eines Intensivstudiums an. Die Hochschule greift bei der Durchführung dieses besonderen Studiums auf eine 16-jährige Erfahrung zurück. In diesem Zeitraum wurden sechs Intensivstudiengänge akkreditiert und mehrfach reakkreditiert. Die Umsetzung des Konzeptes wird durch über 500 erfolgreiche Abschlüsse dokumentiert (vgl. S. 35 Selbstbericht). Im Rahmen des Intensivstudiums werden insgesamt 210 ECTS-Leistungspunkte innerhalb von sechs Semestern vergeben.

Da das PFH-Studium als theoretisch fundiertes praxisorientiertes Studium konzipiert ist, absolvieren die Studierenden 40 Wochen Pflichtpraktika, welche als integrale Bestandteile des Studiums kreditiert werden. Dabei wird organisatorisch sichergestellt, dass die gesamten vorlesungs-

freien Zeiten für Praktika und erforderliche Erholungsphasen zur Verfügung stehen. Dies bedeutet, dass Prüfungen während des regulären Semesters anberaumt und durchgeführt werden. Durch diese Organisation soll gewährleistet werden, dass sich die Studierenden fokussiert den vor allem theoretischen Studieninhalten widmen können, und sichergestellt ist, dass regelmäßig eigene praktische Erfahrungen gesammelt und diese zu den zuvor gelernten theoretischen in Bezug gesetzt werden können. Dies stärkt nicht nur das vernetzte Denken der Studierenden, sondern es stärkt ihre Studienmotivation, fördert die Persönlichkeit und erleichtert eine individuelle Profilbildung. Dieser Ansatz dient damit nicht zuletzt einer zielgerichteten Vorbereitung auf ein spezialisiertes Masterstudium oder einen direkten Berufseinstieg. Aufgrund der inhaltlichen, zeitlichen und organisatorischen Integration der theoretischen und praxisorientierten Studieninhalte investieren die Studierenden systematisch mehr Zeit pro Semester in das Studium und sind dadurch in der Lage, Synergieeffekte zu erkennen und zu nutzen, welche die Intensität der zusätzlichen zeitlichen Belastung auch in der persönlichen Wahrnehmung reduziert. Den Studierenden soll die Möglichkeit gegeben werden, sich in mindestens fünf Pflichtpraktika zu orientieren und eine Profilbildung vorzunehmen. Die tatsächliche Studiendauer entspricht in den meisten Fällen der Regelstudienzeit (vgl. S. 36 Selbstbericht).

Um diese Ergebnisse erzielen zu können und die Studierenden zu befähigen, das Intensivstudium erfolgreich zu absolvieren, ergreift die PFH besondere darauf ausgerichtete studienorganisatorische Maßnahmen für das Lernumfeld, die (individuelle) studentische Betreuung, die Studienstruktur und Studienplanung (vgl. S. 36 f. Selbstbericht):

- Studienorganisatorische Maßnahmen für das Lernumfeld: zeitliche, inhaltliche und organisatorische Integration von theoretischen und praxisorientierten Inhalten (s.o.). Dabei werden die Praktikumsphasen von Ansprechpersonen im Unternehmen, den Professorinnen und Professoren der PFH sowie der PFH-Studienkoordination begleitet. Inhaltliche Reflexion, Vernetzung Theorie-Praxis und Selbst-Reflexion erfolgen regelmäßig während und nach den Praktikumsphasen.
- (individuelle) studentische Betreuung: Die Studierenden werden an der PFH stets individuell und persönlichkeitsorientiert betreut. Da die Jahrgangskohorten in der Regel nicht mehr als 30 bis 35 Studierende umfassen, sind alle Studierenden persönlich bekannt. Alle Studierenden haben jederzeit die Möglichkeit, Kontakt zu den Professorinnen und Professoren, zur Studienkoordination, dem Prüfungsamt und anderen Service-Stellen der PFH aufzunehmen.
- Es gibt zahlreiche persönlichen Kontaktzeiten und Pflichtpräsenzveranstaltungen (Vorlesungs-/Seminarzeiten, Sprechzeiten/Open-Door-Policy, Tutorials, Mentoring) und persönliche Betreuung bei individuellen Fragen, Career Service, Bewerber-Trainings, Coaching. Des Weiteren gibt es ein intensives, individuell ausgerichtetes Fremdsprachentraining.
- Regelmäßige Mentor-Mentee-Beziehungen: Die Studierenden bekommen im ersten Semester eine Mentorin/einen Mentor zugewiesen. Diese beraten die Studierenden über die Serviceabteilungen hinaus in Fragen zum Studium und der persönlichen Karriere. Dieser direkte Draht ermöglicht einen ständigen Austausch zu positiver und negativer Kritik und nimmt damit direkten Einfluss auf die kurz- und langfristige Ausgestaltung der Lehre. In den nachfolgenden Semestern können die Studierenden eine Mentorin oder einen Mentor aus dem Professorinnen-/Professorenkreis selbst wählen. Diese stehen regelmäßig für individuelle Gespräche, Reflexions- und Diskussionsrunden zur Verfügung. Die PFH ermuntert und unterstützt zudem die Studierenden, sich auch externe Mentorinnen und Mentoren zu wählen, die den Studierenden bzgl. Fragen außerhalb des Studiums zur Verfügung stehen.

- Studienstruktur: Der Ansatz des Lehrkonzeptes der PFH basiert auf Kleingruppen (Kohortengröße 30 bis 35; Gruppengröße in Wahlpflichtfächern in der Regel zehn bis 15) sowie Lern- und Prüfungsformen in Kleinstgruppen (3 bis 6 Studierende) z.B. in Praxisprojekten und Planspielen, um dabei die Studierenden individuell zu betreuen. Vorlesungen, Seminare, Workshops und Planspiele sind interaktiv ausgestaltet. Dabei werden während des Studiums zahlreiche individuelle Freiheitsgrade gewährt, welche die Belastungsintensität subjektiv und objektiv reduzieren sollen. Dazu zählen z.B. die eigenständige Auswahl von unterschiedlichen Praktika, die Option eines Auslandssemesters, die Auswahl von Wahlpflichtfächern.
- Ein Training des wissenschaftlichen Arbeitens mit Hilfe von Hausarbeiten, Präsentationen und individuellem Feedback soll die frühzeitige, intensive Vorbereitung auf die Abschlussarbeit gewährleisten.
- Studienplanung: Für die Berücksichtigung von Wahlmöglichkeiten, Schwerpunktsetzungen und Profilbildung werden die Studierenden v.a. von der Studienkoordination sowie den Mentorinnen und Mentoren unterstützt. Die konkrete Stundenplanung erfolgt operativ durch die Person, welche für die Studienkoordination zuständig und mit den Rahmenbedingungen und den individuellen Plänen der Studierenden vertraut ist.
- Die Sicherung des Lebensunterhaltes: Im Auswahlverfahren wird explizit danach gefragt, wie die Studieninteressentinnen und -interessenten das Studium finanzieren wollen. Es wird davon abgeraten, das Studium durch eigene Arbeitsleistungen parallel zu finanzieren, da dies nicht mit dem Intensivstudium vereinbar wäre. Erfahrungsgemäß finanzieren PFH-Studierende ihr Studium und ihren Lebensunterhalt durch die Unterstützung der Familie, eigene Ersparnisse, Stipendien und (zu einem geringeren Anteil) durch Studienkredite.

Bereits in den Informationsgesprächen vor Aufnahme eines Studiums wird über die Besonderheiten des Intensivstudiums aufgeklärt. Die Studieninteressentinnen und -interessenten fragen oft nach dieser Möglichkeit. Bei der Auswahl ihrer Studierenden wendet die PFH ein dreistufiges persönlichkeitsorientiertes Auswahlverfahren an (formale Bewerbung, Eignungstest, persönlichkeitsorientiertes Auswahlgespräch). Dabei sollen besonders motivierte, leistungsfähige Studierende ausgewählt werden. Deren individuelle Entwicklung soll während des Studiums nicht nur fachlich (theoretisch und praktisch), sondern auch persönlichkeitsbildend gefördert werden. Dies wird durch regelmäßige in das Studium integrierte und somit kreditierte Soft- und Social-Skills-Veranstaltungen unterstützt (vgl. S. 37 Selbstbericht).

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Die Hochschule kann bei der Planung und Durchführung des Studiengangs auf Erfahrungen bereits etablierter Intensivstudiengänge zurückgreifen. Das vorgelegte Konzept liegt mit in der Spitze 72 ECTS-Leistungspunkten pro Jahr noch im Rahmen der maximal zu vergebenden Zahl von 75 ECTS-Leistungspunkten. Ein geeignetes Lernumfeld (inklusive der sehr benutzerfreundlichen Lernplattform), eine individuelle Betreuung durch ein Mentorinnen- und Mentorenprogramm, einfache Kontaktaufnahme zu den Lehrenden, eine flexible Studienstruktur und Planung mit eigenständig organisierten Praktika sieht das Gutachtergremium als gegeben an. Auf zukünftige Belastungen sowie Maßnahmen zur Sicherung des Lebensunterhalts und zur Finanzierung des Studiengangs weist die Hochschule im Vorfeld hin, so dass das Gutachtergremium die notwendigen Rahmenbedingungen eines Intensivstudiengangs als gewährleistet erachtet.

Entscheidungsvorschlag

Erfüllt.

Fachlich-Inhaltliche Gestaltung der Studiengänge (§ 13 Nds. StudAkkVO)

Aktualität der fachlichen und wissenschaftlichen Anforderungen (§ 13 Abs. 1 Nds. StudAkkVO)

Studiengangsübergreifende Aspekte

Die Studiengangsleitungen sind dafür verantwortlich, dass die Programme mit den Studien- und Prüfungsordnungen sowie den Modulhandbüchern übereinstimmen und Studieninhalte und Studienunterlagen kontinuierlich weiterentwickelt und aktualisiert werden (vgl. S. 38 f. Selbstbericht).

In allen Studiengängen der Hochschule beruhen die Fachinhalte und vermittelten Methoden auf wissenschaftlich anerkannten Theorien, Erkenntnissen und aktuellen Forschungsergebnissen. Neben allgemeinen Forschungsansätzen und -ergebnissen finden überdies die persönlichen oder mit Drittmitteln geförderten Forschungsprojekte der Lehrenden der Hochschule Eingang in die Curricula und einzelne Lehrveranstaltungen. Neue Einsichten aus der Praxis werden über Gastvorträge, studentische Praxisprojekte und Professorinnen und Professoren, die in der Praxis tätig sind, in die Weiterentwicklung mit einbezogen.

Durch die Einbindung des Kuratoriums, der Beiräte und von Kooperationen aus der Praxis soll erreicht werden, dass aktuelle Entwicklungen aus der Wirtschaft aufgenommen werden und in die Lehrmaterialien einfließen können. Dazu hat die Hochschule einen regelmäßig tagenden Round Table aus wechselnden Wirtschaftsvertreterinnen und -vertretern etabliert, der unmittelbar Bedürfnisse, Anregungen und Erfahrungen aus der Praxis zurückspiegelt, die die Hochschule in den Lehrbetrieb einfließen lassen kann (vgl. S. 10 f. Selbstbericht).

Die Einbindung von Studierenden in Forschungsaktivitäten erfolgt im Rahmen von studentischen Projekten, in Form von Forschungspraktika oder als studentische Hilfskraft. Die Professorinnen und Professoren sind dazu angehalten, ihre Forschungsergebnisse zu veröffentlichen und sich durch Vortragstätigkeiten in der Wissenschaftsgemeinde und der Unternehmenspraxis zu positionieren (vgl. S. 12 Selbstbericht). Insbesondere wird die praxisorientierte Forschung gefördert, so dass diese gleichzeitig als Grundlage für eine aktuelle wissenschaftliche und für die Praxis relevante Lehre dient. Forschungssemester für Professorinnen und Professoren werden individuell gewährt. Kriterien hierfür sind v. a. die Güte des geplanten Forschungsprojektes, Vorarbeiten dazu sowie die individuell bereits erbrachten Forschungsleistungen. Eine Institutionalisierung von Forschungssemestern ist mittelfristig angedacht, insbesondere in Verbindung mit dem Ausbau und der Pflege von Wirtschaftskontakten und Partnerhochschulen.

Durch das Mitwirken in Gremien und dem regelmäßigen Austausch mit der Hochschulleitung ist die Studierendenvertretung (einschließlich der Jahrgangssprecherinnen und -sprecher) ein fester Bestandteil des Qualitätsmanagements. Sie formuliert aus Studierendensicht Verbesserungsvorschläge in den Bereichen der Lehre und der Studien- sowie Prüfungsorganisation. Zudem haben alle Studierenden die Möglichkeit, durch die Teilnahme an (Lehr-)Evaluationen an einer steten Qualitätsverbesserung der Lehre mitzuwirken (vgl. S. 34 Selbstbericht).

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Das Gutachtergremium bestätigt nach den Gesprächen in der Digitalkonferenz und der Durchsicht der Modulbeschreibungen, dass die Lehrinhalte sowie das didaktische Konzept auf einem aktuellen Stand sind. Um die Didaktik noch zeitgemäßer und zukunftsfähiger zu gestalten, empfiehlt es, mehr digitale Lehrformate zu integrieren (siehe auch Empfehlungen in Kapitel § 12 Abs. 1 Sätze 1 bis 3 und 5 Nds.StudAkkVO Curriculum). Die Studiengangsleitungen sollten mehr Impulse geben, damit sich das Lehrpersonal dahingehend weiterqualifiziert und die Hochschule

schließlich ihrem Ziel, eine hybride Hochschule zu werden, realisieren kann. Die Fortbildung in digitaler Lehre ist dafür unerlässlich.

Der Praxisbezug in den Studiengängen ist eingehend dargestellt worden. Das Gutachtergremium lobt die Einrichtung eines regelmäßigen Round Table Gesprächs mit Vertreterinnen und Vertretern aus der Wirtschaft, so dass eine Verknüpfung zwischen Aktualität und Adäquanz von fachlichen und wissenschaftlichen Anforderungen gewährleistet ist. Unterstützend dazu könnten Lehrende öfter zu wissenschaftlichen Tagungen, Vorträgen und Seminaren geschickt und zu mehr Mitgliedschaften in wissenschaftlichen Verbänden und Gesellschaften ermutigt werden.

Entscheidungsvorschlag

Erfüllt.

Das Gutachtergremium gibt folgende Empfehlung für alle Studiengänge: *Die Hochschule sollte gemäß ihrem Anspruch eine hybride Hochschule zu sein, mehr digitale Lehrformate einsetzen und Lehrende entsprechend didaktisch qualifizieren, um digitale Lehre umzusetzen. Die Teilnahme an wissenschaftlichen Veranstaltungen und Mitgliedschaften sollte ausgebaut werden.*

Studienerfolg (§ 14 Nds. StudAkkVO)

Studiengangsübergreifende Aspekte

Die Hochschule hat eine Evaluationsordnung (EvalO) vorgelegt, in der das Verfahren zur Erhebung der Daten und seine Dokumentation beschrieben sind. Folgende Themen sind Gegenstand der Evaluation:

- fachlich-theoretischer Inhalt der Lehrveranstaltungen und Module,
- Praxisrelevanz der Lehrveranstaltungen und Module,
- Fragen zur Erreichung der Qualifikationsziele,
- didaktische Fähigkeiten der Lehrenden,
- Koordination des Studienangebots,
- äußerer Rahmen (z. B. räumliche Ausstattung) sowie
- studentischer Workload und Gesamtbewertung des Moduls.

Alle Module der Campusstudiengänge werden semesterweise direkt im Anschluss an die Veranstaltung evaluiert. Im Vorfeld jeder Evaluation erhalten die Studierenden rechtzeitig Informationen über die bevorstehende Befragung, z. B. innerhalb der Lehrveranstaltung durch die Lehrenden, über Aushänge an den Schwarzen Brettern und über E-Mail mit Einladung zur Online-Befragung. Die Ergebnisse werden allen Studierenden, Lehrenden sowie Absolventinnen und Absolventen intern und über einen gesonderten Bereich auf der Homepage zugänglich gemacht (vgl. § 11 Abs.1 EvalO).

Die Ergebnisse der Lehrevaluation werden für folgende Zwecke verwendet:

- Ausarbeitung von Maßnahmen zur Verbesserung der Lehrqualität,
- Vorbereitung von Entscheidungen der Hochschulleitung, die die Qualität der Lehre betreffen,
- Dokumentation der Lehrqualität, auch der Hochschule gegenüber autorisierten Dritten,
- Transparenz der Lehrqualität und der Qualitätssicherungsmaßnahmen.

Bewertung der Lehrbriefe

Die Bewertung der Lehrbriefe können die Studierenden jederzeit vornehmen. Sie werden zweimal im Jahr explizit aufgefordert dies zu tun. Die Auswertung wird an die jeweiligen Studiengangsverantwortlichen und an das Präsidium gesendet. Im Anschluss stimmen diese notwendige Maßnahmen ab. Darüber hinaus gibt es die Möglichkeit, per E-Mail jederzeit Feedback zu geben. Die Modulverantwortlichen sind dazu angehalten, die Überarbeitung der Lehrbriefe mit den Koordinatoren des Lehrbriefmanagements abzustimmen und umzusetzen. Den Turnus und den Inhalt der Überarbeitung bestimmen die Modulverantwortlichen.

Befragung zur Zufriedenheit der Studierenden

Einmal im Jahr wird die Zufriedenheit der Studierenden abgefragt. Themen sind Studiengestaltung, Bezug zur Wissenschaft, Bezug zu Praxis und Arbeitsmarkt, Beratung und Betreuung, Bibliothek. Sie können auch eigene Themen benennen.

Im Zuge der Open-Door-Politik sowohl auf Verwaltungs- als auch auf Professorinnen-/Professorenebene können die Studierenden unmittelbares Feedback geben oder dies digital in eigens eingerichteten Accounts tun. Basierend auf der Struktur der Hochschule bieten sich hierdurch neben den strukturell verankerten Evaluations- und Rückmeldesystemen Möglichkeiten, Probleme kurzfristig zu beseitigen und Optimierungspotential zeitnah zu nutzen. Eingehende Kritik wird laut Selbstbericht umgehend mit den zuständigen Professorinnen und Professoren sowie Mitarbeitenden besprochen (vgl. S. 34 Selbstbericht).

Absolventinnen-/Absolventenbefragung

Im Anschluss an das Studium werden die Absolventinnen und Absolventen in einem abschließenden Gespräch nach ihrer Zufriedenheit über ihr Studium befragt. Zu diesen Gesprächen laden i.d.R. die Studiengangsleitungen ein. Die Ergebnisse werden ausgewertet und für die Weiterentwicklung der Studiengänge herangezogen.

Spätestens zwölf Monate nach dem Studienabschluss findet eine Onlinebefragung statt. Mit dieser soll u.a. festgestellt werden, ob die in einem Studiengang vermittelten Qualifikationen zur Aufnahme einer adäquaten Tätigkeit befähigen. Hierfür wird erhoben, in welchem Zeitraum der Berufseinstieg vollzogen wurde, in welcher Position die Absolventinnen und Absolventen tätig geworden sind und ob die Arbeitsverträge befristet sind. Die Auswertung der Daten erfolgt anonymisiert und gibt Aufschluss über die Berufsbefähigung der Studierenden.

Partizipation von Studierenden an Prozessen der Hochschule

Das Beteiligungsrecht der Studierenden an der Evaluation von Studium und Lehre ist ein fest verbrieftes Recht an der PFH. Durch ihre Teilnahme an den Befragungen reflektieren die Studierenden über Stärken und Verbesserungspotenziale ihres Studiums und beteiligen sich konstruktiv an der Qualitätssicherung.

Die aktive Teilnahme der Studierenden am Prozess der Qualitätsentwicklung umfasst zudem die Partizipation an Berufungsvorträgen inklusive Meinungsbildung. Darüber hinaus sind die Studierenden angehalten, beim Auftritt von Mängeln im Lehr- und Studienbetrieb oder in den Vorschriften der Studien- und Prüfungsordnung die Studiengangverantwortlichen hierauf hinzuweisen und auf die Problembhebung hinzuwirken.

Einen weiteren qualitätsfördernden Aspekt stellen die Alumni der Hochschule dar. Durch einen Austausch mit den Ehemaligen über deren Berufsweg nach dem Abschluss des Studiums an der

PFH können direkte Rückschlüsse über die Berufsbefähigung der Studiengänge gezogen werden. Auch Rückmeldungen zu den Bereichen der Lehre und der Studien-/Prüfungsorganisation stellen ein Instrument zur Qualitätsverbesserung dar. Das Feedback ehemaliger PFH-Studierender liefert wichtige Impulse für die Weiterentwicklung bestehender und für die Konzeption innovativer neuer Studiengänge.

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Es handelt sich bei den vorliegenden Studiengängen um Konzeptakkreditierungen. Dennoch kann die Hochschule auf einem bestehenden System aufbauen. Dies stellt ein kontinuierliches Monitoring der Studiengänge dar, indem Studierende, Lehrende und Absolventinnen und Absolventen mit einbezogen werden. Alle Module werden jedes Semester ausgewertet und mit den Dozierenden besprochen. Studierende erhalten die Evaluierungsergebnisse über die interne Plattform. Auch der Prozess der Fehlerbehebung wird Studierenden auf der Plattform dargestellt. Alumni erhalten Evaluationsergebnisse mit einem passwortgeschützten Zugang zur Homepage, dieser wird ihnen direkt per Mail zugesendet. Auf Grundlage aller Evaluationen werden Maßnahmen zur Sicherung des Studienerfolgs bei Bedarf abgeleitet, fortlaufend überprüft und die Ergebnisse für Weiterentwicklungen des Studiengangs genutzt.

Das Gutachtergremium konnte sich durch Gespräche mit den Lehrenden, Studierenden und Absolventinnen und Absolventen vergleichbarer Studiengänge und dem Qualitätsmanagement überzeugen, dass die Evaluierungspraxis in der Hochschule umgesetzt und in der Studiengangsentwicklung berücksichtigt wird. So wurde zum Beispiel der Fragebogen erheblich gekürzt, um Studierenden die Teilnahme zu erleichtern.

Entscheidungsvorschlag

Erfüllt.

Geschlechtergerechtigkeit und Nachteilsausgleich (§ 15 Nds. StudAkkVO)

Studiengangsübergreifende Aspekte

Das vorgelegte Gender und Diversity Management Konzept der Hochschule beschreibt das Ziel, geschlechterneutrale Chancengleichheit auf allen Qualifikationsebenen zu verbessern. Die Hochschule möchte damit zum Ausdruck bringen, dass sie einen positiven, ressourcenorientierten Umgang mit sozialer und geschlechtlicher Heterogenität als grundlegend für ihre Wissensproduktion und ihre stete Entwicklung sieht.

Darunter versteht die Hochschule im Einzelnen:

- Chancengleichheit aller Menschen, unabhängig von ethnischer Herkunft, Religion, Weltanschauung, gesundheitlicher Beeinträchtigung, Alter oder sexueller Identität,
- Vereinbarkeit von Studium, Beruf und Familie,
- Wahrnehmung, Anerkennung und Wertschätzung von allen Mitarbeitenden und Studierenden,
- Bewusster und produktiver Umgang mit der Vielfalt sowohl zum individuellen Nutzen wie auch zum Nutzen der PFH,
- Unterschiedlichkeit aller Hochschulangehörigen wird als Chance und Potenzial für die PFH verstanden,

- Berücksichtigung unterschiedlicher Unterstützungsbedarfe, und
- Wachsamkeit gegenüber vielfältigen Formen von Diskriminierung.

Die Hochschule hat dazu strukturelle und zielgruppenorientierte Maßnahmen auf den Weg gebracht. Zur Vereinbarkeit von Studium, Familie und Beruf werden beispielweise folgende Maßnahmen durchgeführt:

- Unterstützung bei der Finanzierung von Kinderkrippen-, Kindergarten- und Hortplätzen,
- Unterstützung bei der Finanzierung von Kinderfreizeiten während der Schulferien für Kinder von Beschäftigten,
- Rückzugsmöglichkeiten zum Stillen und Wickeln,
- proaktive familienfreundliche Gestaltung von Sitzungszeiten durch bedarfsgerechte Absprache und feste Regeln,
- individuelle Vereinbarung variabler Arbeitszeiten und Arbeitsortflexibilisierung im Zusammenhang mit Vertrauensarbeitszeiten, ggf. Beurlaubung und
- Möglichkeiten der Fortbildung und/oder Weiterbildung in der Elternzeit (vgl. S. 5 Anlage „Gender Diversity Management Konzept“).

Die Hochschule hat die Position einer Gleichstellungsbeauftragten eingerichtet. Sie ist Anlaufstelle für Fragen zum Thema „Gender und Diversity“ sowie bei Problemen im Bereich der Chancengleichheit, Antidiskriminierung und Familienfreundlichkeit. Für vertrauliche Gespräche steht der Gleichstellungsbeauftragten stets ein Besprechungsraum zur Verfügung. Bei der Erfüllung der Aufgaben ist sie nicht an fachliche Aufträge und Weisungen gebunden. Sie wird auf Vorschlag der Hochschulleitung jeweils für zwei Jahre vom Senat gewählt und ist ihm gegenüber rechenschaftspflichtig.

Eine geschlechtergerechte Personalgewinnung und -entwicklung unter Berücksichtigung einer transparenten, wertschätzenden, leistungsorientierten Gestaltung von Stellenbesetzungs- und Beförderungsmaßnahmen sowie leistungsbezogenen und geschlechtergerechten Gehaltsstrukturen wird angestrebt. Bei Stellenanzeigen werden geschlechtergerechte Formulierungen (ausgewogenes Verhältnis an stereotyp männlichen und stereotyp weiblichen Formulierungen mit dem Ziel der geschlechtergerechten Ansprache) berücksichtigt.

Die Berufungsbeauftragten sollen auf ein ausgewogenes Bewerbendenfeld hinsichtlich der Geschlechterverteilung achten. Eine Recherche nach qualifizierten Wissenschaftlerinnen wird u.a. durch die Nutzung entsprechender Datenbanken und Netzwerk-Portale ermöglicht.

Zur Überprüfung informieren die Berufungsbeauftragten zu Beginn der Berufungsverfahren die Hochschulleitung und die Gleichstellungsbeauftragte Person über die Geschlechterverteilung bei den Bewerbungen und unter den voraussichtlich Vortragenden. Gegebenenfalls muss nachgeladen werden. Bei Berufungsverfahren ist die Gleichstellungsbeauftragte stets anwesend.

Mentoring-Netzwerk

Es sollen Frauen des bestehenden Alumni-Netzwerkes für ein „Mentoring-Netzwerk“ gewonnen werden, um weibliche Erfolgsbiografien sichtbar und erlebbar zu machen. Die Infrastruktur für entsprechende Projekte ist an der PFH bereits vorhanden. Durch verschiedene Veranstaltungsformate, wie z.B. den Göttinger Alumnitag an der PFH sowie die semesterbegleitende Online-Veranstaltung „Karrierewege“ findet bereits eine kontinuierliche Kontaktherstellung und ein persönlicher Austausch zwischen erfolgreichen Alumni und aktuell Studierenden statt.

Infoveranstaltungen, Workshops und Planspiele für potenzielle Studieninteressierte

Um Schülerinnen und Schüler für Studiengänge zu begeistern, die nicht den geschlechterstereotypen Fächern entsprechen, führt das Schul-Team der PFH regelmäßig an Partnerschulen entsprechende Infoveranstaltungen durch. Die bisherigen Erfahrungen in diesem Bereich sind positiv und werden weiterhin verstetigt.

Damit die Studierneigung der Schülerinnen und Schüler geweckt und auch intensiviert wird, bietet die PFH neben den reinen Informationsveranstaltungen in regelmäßigen Abständen Workshops, wie z.B. die „Digital Summer Days“, „Schüler-Ingenieurakademie“ sowie Planspiele an. Dadurch haben besonders Schülerinnen und Schüler die Chance, ihre Entwicklungsmöglichkeiten auch in Bereichen zu erkennen, in denen ihr Geschlecht unterrepräsentiert ist.

Aktivitäten des ZE Zentrum für Entrepreneurship

Im Rahmen der Aktivitäten des ZE Zentrum für Entrepreneurship sollen sich alle angehenden Gründungsinteressierten gleichermaßen angesprochen fühlen, egal ob sie sich als weiblich, männlich oder divers identifizieren.

Sämtliche Formate und Informations-, Förder- und Beratungsangebote sind so gestaltet, dass sie sich an den Bedarfen aller Geschlechter orientieren. Im Rahmen der Entrepreneurship School und dem Ideencampus Südniedersachsen wird aktiv auf die Beteiligung von Frauen bei den Gründungsaktiven als Vorbilder, Vortragenden und Feedbackgebenden geachtet. Sowohl im Rahmen curricularer als auch extracurricularer Veranstaltungen und Workshops, auch an Schulen, wird auf das Thema „Female Entrepreneurship“ aktiv eingegangen, um eine stärkere Partizipation von Frauen am Gründungsgeschehen zu fördern. Im Rahmen der Zukunftswerkstatt „Female & Diversity Innovation“ an der PFH wurde u.a. eine eigene Arbeitsgruppe „Diversity“ initiiert und etabliert.

Kommunikations- und Interaktionsverhalten - Geschlechtersensible Sprache

Die Verwendung einer geschlechtergerechten Sprache in allen grundlegenden Dokumenten (z.B. Ordnungen und Richtlinien), der Öffentlichkeitsarbeit und in Texten des Marketings sowie der internen Kommunikation wird sukzessive eingeführt. Die Zulassungs- und Aufnahmeverfahren werden geschlechtergerecht gestaltet. Der Senat beschließt die Regeln/Richtlinien für die geschlechtersensible Sprache.

In der Lehre folgt zukünftig jegliche Verschriftlichung einer geschlechtergerechten (An-)Sprache

- Strategie der Neutralisierung (Geschlecht tritt in den Hintergrund) oder
- Strategie der Sichtbarmachung (bewusste Ansprache aller Geschlechter)

Auf eine differenzierte, ausgewogene Darstellung bzw. Präsentation der Geschlechter in Texten wird geachtet; z.B.

- geschlechtsneutrale Rollenzuweisung,
- geschlechtergerechte Repräsentation von Vorbildern.

Es soll zukünftig vermehrt darauf geachtet werden, dass geschlechtersensitive bzw. geschlechtsneutrale Bilder, Symbole und Illustrationen verwendet werden (z.B. Personen-Abbildungen unter Berücksichtigung von: Geschlecht, Kultur, Hautfarbe, Herkunft/Lebenswirklichkeit, Alter, Größe, Gewicht etc.). Auf geschlechterstereotype und diskriminierende Bilder, Symbole, Illustrationen wird verzichtet.

Aufnahme des Themas „Gender und Diversity“ in das Qualitätsmanagement

Das „Gender und Diversity-Konzept“ soll dazu beitragen, die Gleichstellung und Chancengleichheit von Männern und Frauen auf allen Qualifikationsebenen zu verbessern. Deshalb ist es von Bedeutung, dieses auch in das Qualitätsmanagement der PFH zu integrieren und es als wegweisendes Instrument in der Hochschule aufzunehmen und anzuwenden.

Die Umsetzung gestaltet sich durch regelmäßige Befragungen der Studierenden und durch Selbstevaluationen der Mitarbeitenden, welche durch eine Qualitätsbeauftragte Person ausgewertet und selbstverständlich durch die Gleichstellungsbeauftragte in Bezugnahme auf genügende Beachtung von Gesichtspunkten der Gleichstellung regelmäßig überprüft werden. Dieser Prozess im Qualitätsmanagement soll zu einer stetigen Entwicklung und Verbesserung des Gleichstellungskonzeptes führen.

Nachteilsausgleiche

Für Studierende mit Handicap stellt der Prüfungsausschuss bei Bedarf einen Nachteilsausgleich sicher. Eine Entscheidung über einen zeitlichen und/oder formalen Ausgleich wird anhand des individuellen Behinderungsgrades getroffen. Regelungen zum Umgang mit Studierenden mit Behinderungen sind in § 6 Abs. 5 PO AT festgelegt. Eine Behindertenbeauftragte oder ein -beauftragter ist zu wählen, sofern mindestens fünf Schwerbehinderte an der Hochschule arbeiten oder eingeschrieben sind (vgl. S. 41 Selbstbericht).

Im Sinne der offenen Hochschule ermöglicht die PFH u.a. Studieninteressierten ohne Abitur die Anerkennung von Leistungen vorangegangener Qualifikationen und den Erwerb von fehlenden ECTS-Leistungspunkten durch Brückenkurse nach dem gültigen niedersächsischen Hochschulgesetz. Dadurch wird die Chancengleichheit in der Hochschulbildung erhöht.

Beschwerdestelle gegen Diskriminierung

Mitglieder und Angehörige der PFH, die von der Verletzung ihrer Persönlichkeitsrechte durch diskriminierendes Verhalten, sexuelle Belästigung, Mobbing und Stalking von Mitgliedern oder Angehörigen der PFH betroffen sind oder Verstöße beobachtet haben, haben das Recht auf Bericht, eine Aufklärung und Beratung sowie Beschwerde über den geklagten Sachverhalt.

Die PFH bietet allen Mitgliedern und Angehörigen der Hochschule eine Beschwerdestelle, bei der diskriminierende Vorfälle mündlich oder schriftlich (per E-Mail oder postalisch) vorgebracht werden können. Die Beschwerde ist weder an eine Form noch eine Frist gebunden und unabhängig davon, ob jemand selbst betroffen ist, oder einen solchen Vorfall beobachtet hat.

Die Beschwerdestelle ist ein von der Geschäftsführung und dem Präsidium beauftragtes Gremium und hochschulweit für sämtliche Standorte, Fernstudien- und Prüfungszentren zuständig. Sie befasst sich mit jeder Beschwerde wegen Diskriminierung und geht entsprechenden Hinweisen nach. Neben der Gleichstellungsbeauftragten Person gehören noch drei weitere Personen dem Gremium an. Das Gremium besteht aus vier Personen: zwei Frauen und zwei Männer, die je zur Hälfte dem wissenschaftlichen und dem Verwaltungsbereich angehören. Gespräche werden in der Regel mit zwei Mitgliedern des Gremiums geführt. Im Zentrum der Gespräche stehen die Unterstützung der Betroffenen und die gemeinsame Suche nach angemessenen Lösungen. Beschwerdeführende haben grundsätzlich einen Anspruch darauf, dass ihre Beschwerde hausintern vertraulich behandelt wird und dritte, nicht unmittelbar am Verfahren beteiligte Personen, keine Kenntnis vom anhängigen Beschwerdeverfahren erlangen.

Auf Grundlage der Beschwerden werden Verbesserungsmaßnahmen und ggf. Konsequenzen eingeleitet, um Diskriminierungen zu unterbinden und einen respektvollen und fairen Umgang miteinander zu schaffen (vgl. Anlage „Gender und Diversity Management & Konzept“).

Die Hochschule hat darüber hinaus einen Code of Conduct festgelegt, welcher die Umsetzung dieses Konzepts unterstützt (vgl. Anlage Code of Conduct, Januar 2023).

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Die Hochschule verfügt über ein umfassendes Konzept zur Geschlechtergerechtigkeit und zur Förderung der Chancengleichheit von Studierenden in besonderen Lebenslagen sowie einen Code of Conduct. Die geschlechtergerechte Besetzung beim Lehrpersonal konnte in den geplanten Studiengängen zwar nicht nachgewiesen werden (hauptamtlich Lehrende sind überwiegend männlich), allerdings hat die Hochschule zahlreiche geeignete Maßnahmen in ihrem Konzept formuliert, um die Anzahl weiblichen Lehrpersonals und die Diversität insgesamt zu erhöhen.

Das Gutachtergremium konnte sich zwar nicht vor Ort davon überzeugen, dass die Räumlichkeiten für körperlich Beeinträchtigte hinreichend ausgestattet sind, geht aber aufgrund vorangegangener Akkreditierungen ohne Beanstandung davon aus.

Ein Nachteilsausgleich ist in der Prüfungsordnung vorgesehen. In der Gesprächsrunde erzählten die Studierenden, dass sie sich insbesondere durch die Open-Door-Politik der Hochschule stets umfangreich beraten und aufgefangen fühlen.

Entscheidungsvorschlag

Erfüllt.

3 Begutachtungsverfahren

3.1 Allgemeine Hinweise

Das Akkreditierungsverfahren wurde als Digitalkonferenz über ZOOM durchgeführt.

Abweichend zum vorgegebenen Raster wurden alle Kriterien gemeinsam bewertet.

Im Rahmen des Verfahrens hat die Hochschule folgende Unterlagen nachgereicht bzw. aktualisiert, wodurch z.T. Auflagenempfehlungen entfallen konnten:

- Aktualisierte Modulhandbücher (alle Studiengänge)
- Aktualisierte Diploma Supplements (alle Studiengänge)
- Aktualisierter Selbstbericht
- Aktualisierte Prüfungsordnung (allgemeiner Teil)
- Immatrikulationsordnung
- Berufungsordnung
- Musterfragebogen Lehrevaluation
- Für den Studiengang "Digital Marketing & Sales for Creator Economy" wurde ein aktualisiertes Curriculum und eine aktualisierte Prüfungs- sowie Studienordnung nachgereicht
- Gender und Diversity Konzept
- Code of Conduct

3.2 Rechtliche Grundlagen

Akkreditierungsstaatsvertrag

Niedersächsische Verordnung zur Regelung des Näheren der Studienakkreditierung (Niedersächsische Studienakkreditierungsverordnung – Nds. StudAkkVO) vom 30.07.2019.

3.3 Gutachtergremium

a) Hochschullehrerinnen / Hochschullehrer

Prof. Dr. Reinhard Bachmann, University of London, Professor für Internationales Management

Prof. Dr. Christof Graf, Hochschule für Technik und Wirtschaft des Saarlandes, ASVV gGmbH - Duale Bildungseinrichtung der htw saar, Professor für Betriebswirtschaftslehre, Fachbereichsleiter Weiterbildung/ Digital Marketing

b) Vertreter der Berufspraxis

Bert Martin Ohnemüller, Selbständiger Unternehmensberater/Coach (Marketing, Vertrieb, Führung. Schwerpunkt: Konsumgüterindustrie, Handel und Dienstleistung)

c) Studierender

Pascal Kruggel, IU Internationale Hochschule GmbH, Studierender Master of Business Administration (MBA) (online)

4 Datenblatt

4.1 Daten zum Studiengang

Es handelt sich um Konzeptakkreditierungen.

4.2 Daten zur Akkreditierung

Vertragsschluss Hochschule – Agentur:	07.11.2022
Eingang der Selbstdokumentation:	13.12.2022
Zeitpunkt der Begehung:	24./25.01.2023
Personengruppen, mit denen Gespräche geführt worden sind:	Hochschulleitung, Studiengangsleitungen, Lehrende, Verwaltungsmitarbeitende, Studierende und Absolventinnen und Absolventen vergleichbarer Studiengänge
An räumlicher und sächlicher Ausstattung wurde besichtigt (optional, sofern fachlich angezeigt):	Die Begutachtung wurde digital durchgeführt.

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