

Akkreditierungsbericht

Programmakkreditierung – Bündelverfahren

Raster Fassung 02 – 04.03.2020



[► Inhaltsverzeichnis](#)

Hochschule	Munich Business School		
Ggf. Standort	München		

Studiengang 01	<i>International Marketing and Brand Management</i>		
Abschlussbezeichnung	Master of Arts		
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 <input type="checkbox"/> § 19 BayStudAkkV
	Berufs- bzw. ausbildungsbegleitend	<input type="checkbox"/>	Kooperation <input checked="" type="checkbox"/> § 20 BayStudAkkV
Studiendauer (in Semestern)	3		
Anzahl der vergebenen ECTS-Punkte	90		
Bei Masterprogrammen:	konsekutiv	<input checked="" type="checkbox"/>	weiterbildend <input type="checkbox"/>
Aufnahme des Studienbetriebs am (Datum)	01.09.2019		
Aufnahmekapazität (Maximale Anzahl der Studienplätze)	35	Pro Semester <input type="checkbox"/>	Pro Jahr <input checked="" type="checkbox"/>
Durchschnittliche Anzahl* der Studienanfängerinnen und Studienanfänger	17	Pro Semester <input type="checkbox"/>	Pro Jahr <input checked="" type="checkbox"/>
Durchschnittliche Anzahl* der Absolventinnen und Absolventen	11	Pro Semester <input type="checkbox"/>	Pro Jahr <input checked="" type="checkbox"/>
* Bezugszeitraum:	Akademisches Jahr 2019/20 bis 2023/24		

Konzeptakkreditierung	<input type="checkbox"/>
Erstakkreditierung	<input type="checkbox"/>
Reakkreditierung Nr. (Anzahl)	1

Verantwortliche Agentur	Foundation for International Business Administration Accreditation (FIBAA)
Zuständige Referentin	Aline Wasmer
Akkreditierungsbericht vom	27.03.2025

Studiengang 02	<i>Innovation and Entrepreneurship</i>		
Abschlussbezeichnung	Master of Arts (M.A.)		
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 BayStudAkkV <input type="checkbox"/>
	Berufs- bzw. ausbildungsbegleitend	<input type="checkbox"/>	Kooperation § 20 BayStudAkkV <input checked="" type="checkbox"/>
Studiendauer (in Semestern)	3		
Anzahl der vergebenen ECTS-Punkte	90		
Bei Masterprogrammen:	konsekutiv	<input checked="" type="checkbox"/>	weiterbildend <input type="checkbox"/>
Aufnahme des Studienbetriebs am (Datum)	01.09.2019		
Aufnahmekapazität (Maximale Anzahl der Studienplätze)	35	Pro Semester <input type="checkbox"/>	Pro Jahr <input checked="" type="checkbox"/>
Durchschnittliche Anzahl* der Studienanfängerinnen und Studienanfänger	11	Pro Semester <input type="checkbox"/>	Pro Jahr <input checked="" type="checkbox"/>
Durchschnittliche Anzahl* der Absolventinnen und Absolventen	8	Pro Semester <input type="checkbox"/>	Pro Jahr <input checked="" type="checkbox"/>
* Bezugszeitraum:	Akademisches Jahr 2019/20 bis 2023/24		

Konzeptakkreditierung	<input type="checkbox"/>
Erstakkreditierung	<input type="checkbox"/>
Reakkreditierung Nr. (Anzahl)	1

Studiengang 03	<i>Finance</i>			
Abschlussbezeichnung	Master of Arts (M.A.)			
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 BayStudAkkV	<input type="checkbox"/>
	Berufs- bzw. ausbildungsbegleitend	<input type="checkbox"/>	Kooperation § 20 BayStu- dAkkV	<input type="checkbox"/>
Studiendauer (in Semestern)	3			
Anzahl der vergebenen ECTS-Punkte	90			
Bei Masterprogrammen:	konsekutiv	<input checked="" type="checkbox"/>	weiterbildend	<input type="checkbox"/>
Aufnahme des Studienbetriebs am (Datum)	01.09.2025			
Aufnahmekapazität (Maximale Anzahl der Studienplätze)	35	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)				

Inhalt

<i>Ergebnisse auf einen Blick</i>	6
Studiengang 01 International Marketing and Brand Management (M.A.)	6
Studiengang 02 Innovation and Entrepreneurship (M.A.)	7
Studiengang 03 Finance (M.A.)	8
<i>Kurzprofil der Studiengänge</i>	9
Studiengang 01 International Marketing and Brand Management (M.A.)	9
Studiengang 02 Innovation and Entrepreneurship (M.A.)	9
Studiengang 03 Finance (M.A.)	10
<i>Zusammenfassende Qualitätsbewertung des Gutachtergremiums</i>	11
Studiengang 01 International Marketing and Brand Management (M.A.)	11
Studiengang 02 Innovation and Entrepreneurship (M.A.)	12
Studiengang 03 Finance (M.A.)	12
1 Prüfbericht: Erfüllung der formalen Kriterien	13
<i>Studienstruktur und Studiendauer (§ 3 BayStudAkkV)</i>	13
<i>Studiengangsprofile (§ 4 BayStudAkkV)</i>	13
<i>Zugangsvoraussetzungen und Übergänge zwischen Studienangeboten (§ 5 BayStudAkkV)</i>	14
<i>Abschlüsse und Abschlussbezeichnungen (§ 6 BayStudAkkV)</i>	16
<i>Modularisierung (§ 7 BayStudAkkV)</i>	16
<i>Leistungspunktesystem (§ 8 BayStudAkkV)</i>	17
<i>Anerkennung und Anrechnung (Art. 2 Abs. 2 StAkkrStV)</i>	18
2 Gutachten: Erfüllung der fachlich-inhaltlichen Kriterien	20
2.1 <i>Schwerpunkte der Bewertung / Fokus der Qualitätsentwicklung</i>	20
2.2 <i>Erfüllung der fachlich-inhaltlichen Kriterien</i>	22
Qualifikationsziele und Abschlussniveau (§ 11 BayStudAkkV)	22
Schlüssiges Studiengangskonzept und adäquate Umsetzung (§ 12 BayStudAkkV)	28
Curriculum (§ 12 Abs. 1 Sätze 1 bis 3 und 5 BayStudAkkV)	28
Mobilität (§ 12 Abs. 1 Satz 4 BayStudAkkV)	36
Personelle Ausstattung (§ 12 Abs. 2 BayStudAkkV)	38
Ressourcenausstattung (§ 12 Abs. 3 BayStudAkkV)	42
Prüfungssystem (§ 12 Abs. 4 BayStudAkkV)	46
Studierbarkeit (§ 12 Abs. 5 BayStudAkkV)	51
Besonderer Profilanspruch (§ 12 Abs. 6 BayStudAkkV)	54
Fachlich-Inhaltliche Gestaltung der Studiengänge (§ 13 BayStudAkkV)	55
Aktualität der fachlichen und wissenschaftlichen Anforderungen (§ 13 Abs. 1 BayStudAkkV)	55

Studienerfolg (§ 14 BayStudAkkV)	57
Geschlechtergerechtigkeit und Nachteilsausgleich (§ 15 BayStudAkkV)	60
Hochschulische Kooperationen (§ 20 BayStudAkkV)	62
3 Begutachtungsverfahren	66
3.1 Allgemeine Hinweise	66
3.2 Rechtliche Grundlagen	66
3.3 Gutachtergremium	66
4 Datenblatt	68
4.1 Daten zum Studiengang	68
4.2 Daten zur Akkreditierung	71
5 Glossar	72

Ergebnisse auf einen Blick

Studiengang 01 International Marketing and Brand Management (M.A.)

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 (Kriterium Prüfungssystem (§ 12 Abs. 4 BayStudAkkV)): Die Hochschule:

- überprüft die eingesetzten Portfolioprüfungen und bringt diese, wo angebracht, im Einklang mit der festgelegten Definition von Portfolioprüfungen in § 13 der Allgemeinen Prüfungsordnung. Falls die Portfolioprüfungen in der Praxis verschiedene unabhängig voneinander erbrachte und bewertete Teilprüfungsleistungen umfassen, muss sie dies sachgemäß in allen Studienunterlagen ausweisen.
- legt an geeigneter Stelle explizit fest, welche Prüfungsleistungen als semesterbegleitende Prüfungsleistungen (Course Work) von den Studierenden abgelegt werden können.

Studiengang 02 Innovation and Entrepreneurship (M.A.)

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 (Kriterium Prüfungssystem (§ 12 Abs. 4 BayStudAkkV)): Die Hochschule:

- überprüft die eingesetzten Portfolioprüfungen und bringt diese, wo angebracht, im Einklang mit der festgelegten Definition von Portfolioprüfungen in § 13 der Allgemeinen Prüfungsordnung. Falls die Portfolioprüfungen in der Praxis verschiedene unabhängig voneinander erbrachte und bewertete Teilprüfungsleistungen umfassen, muss sie dies sachgemäß in allen Studienunterlagen ausweisen.
- legt an geeigneter Stelle explizit fest, welche Prüfungsleistungen als semesterbegleitende Prüfungsleistungen (Course Work) von den Studierenden abgelegt werden können.

Studiengang 03 Finance (M.A.)

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 (Kriterium Prüfungssystem (§ 12 Abs. 4 BayStudAkkV)): Die Hochschule:

- überprüft die eingesetzten Portfolioprüfungen und bringt diese, wo angebracht, im Einklang mit der festgelegten Definition von Portfolioprüfungen in § 13 der Allgemeinen Prüfungsordnung. Falls die Portfolioprüfungen in der Praxis verschiedene unabhängig voneinander erbrachte und bewertete Teilprüfungsleistungen umfassen, muss sie dies sachgemäß in allen Studienunterlagen ausweisen.
- legt an geeigneter Stelle explizit fest, welche Prüfungsleistungen als semesterbegleitende Prüfungsleistungen (Course Work) von den Studierenden abgelegt werden können.

Kurzprofil der Studiengänge

Studiengang 01 International Marketing and Brand Management (M.A.)

Der konsekutive Präsenzstudiengang umfasst 90 ECTS-Leistungspunkte bei einer Regelstudienzeit von drei Semestern. Die Lehrsprache ist Englisch.

Studiengangsziel ist der Erwerb von fundiertem Business-Know-how und Kenntnissen von komplexen globalen Zusammenhängen. Aufbauend auf betriebswirtschaftlichen Vertiefungsfächern erlangen Studierende vertiefte Kenntnisse in Markenstrategie, -management und im Marketing. Sie entwickeln ihre Selbst- und Führungskompetenzen weiter.

Die Studierenden bereiten sich auf Fach- und Führungspositionen im Marketing von internationalem Unternehmen, Agenturen und Beratungen vor. Die Absolventinnen und Absolventen können als strategisch denkende und verantwortungsbewusste Führungskräfte den gesellschaftlichen Wandel vorantreiben. Sie sind für die Herausforderungen in der dynamischen Welt der Markenführung gerüstet. Sie können nachhaltige und innovative Lösungen entwickeln.

Die eingesetzten Lehr- und Lernformen orientieren sich an internationalen Standards, wie der *Harvard Case Study Method*. Die Studierenden trainieren in Einzel- und Gruppenarbeiten ihre Selbstständigkeit und Teamfähigkeit. Sie lernen hierbei, sowohl akademische als auch praxisbezogene Aufgabenstellungen zu bewältigen.

Ein Auslandssemester ist in das dritte Semester integriert. Alternativ können Studierende, die bereits mindestens ein Jahr zusammenhängend in einem nicht-deutschsprachigen Land studiert oder gearbeitet haben, ein 15-wöchiges Praktikum absolvieren.

Optional können Studierende einen sogenannten *Dual Degree* an ausgewählten Partnerhochschulen erwerben. In diesem Fall verlängert sich die Regelstudienzeit um ein Semester.

Der Studiengang richtet sich an qualifizierte und motivierte Bachelorabsolventinnen und -absolventen aus wirtschaftswissenschaftlichen Studiengängen aus dem In- und Ausland.

Studiengang 02 Innovation and Entrepreneurship (M.A.)

Der konsekutive Präsenzstudiengang umfasst 90 ECTS-Leistungspunkte bei einer Regelstudienzeit von drei Semestern. Die Lehrsprache ist Englisch.

Die Studierenden lernen den Gründungsprozess

- von der Eingrenzung und Analyse einer Problemstellung und Kreativtechniken zur Identifikation einer Geschäftsidee
- über die Erstellung eines Businessplans und Entwicklung von Prototypen
- bis zur Gründung

kennen. Sie machen sich mit strategischen Managementkonzepten und Innovationsinstrumenten vertraut. Sie fördern ihre unternehmerischen und innovativen Fähigkeiten und erwerben (internationale) Führungskompetenzen.

Absolventinnen und Absolventen können als kreative und verantwortungsbewusste Führungskräfte den gesellschaftlichen Wandel vorantreiben. Sie sind für die Herausforderungen in der globalen Wirtschaft und der dynamischen Welt des Innovationsmanagements gerüstet. Sie können nachhaltige und innovative Lösungen entwickeln. Absolventinnen und Absolventen können ein

eigenes Unternehmen gründen oder Leitungspositionen im Familienunternehmen bzw. im Innovationsmanagement internationaler Konzerne übernehmen.

Das Studienprogramm fokussiert die Entwicklung und Umsetzung von Lösungen für komplexe, gesellschaftlich relevante Probleme (*Wicked Problems*) mittels Gruppenarbeit und direkter Zusammenarbeit mit der Wirtschaft. Lehrmethodisch setzt der Studiengang auf praxisorientiertes Lernen in Verbindung mit innovativen Ansätzen wie *Design Thinking* und agilen Methoden. Gruppenarbeiten, Fallstudien und die Entwicklung von Prototypen stehen im Vordergrund.

Ein Auslandssemester ist in das dritte Semester integriert. Alternativ können Studierende, die bereits mindestens ein Jahr zusammenhängend in einem nicht-deutschsprachigen Land studiert oder gearbeitet haben, ein 15-wöchiges Praktikum absolvieren. Eine weitere Option umfasst das Durchführen eines Start-Up-Projektes, bei dem die Studierenden ihre eigene Geschäftsidee weiterentwickeln und den Markteintritt vorbereiten.

Optional können Studierende einen sogenannten *Dual Degree* an ausgewählten Partnerhochschulen erwerben. In diesem Fall verlängert sich die Regelstudienzeit um ein Semester.

Der Studiengang richtet sich an qualifizierte Bachelorabsolventinnen und -absolventen aus wirtschaftswissenschaftlichen Studiengängen aus dem In- und Ausland. Zielgruppe sind Personen, die sich durch fundiertes betriebswirtschaftliches Wissen in Kombination mit einer spezialisierten und praxisnahen Ausbildung in Innovation und Unternehmertum auf Führungspositionen im Innovationsmanagement oder für die Gründung eigener Unternehmen vorbereiten wollen.

Studiengang 03 Finance (M.A.)

Der konsekutive Präsenzstudiengang umfasst 90 ECTS-Leistungspunkte bei einer Regelstudienzeit von drei Semestern. Die Lehrsprache ist Englisch.

Studiengangsziel ist der Erwerb finanzwirtschaftlicher Fach- und Methodenkompetenzen und das Fördern analytischer Fähigkeiten und kritischen Denkens. Aufbauend auf Kernbereichen wie Investitionsrechnung, Unternehmensbewertung und Risikomanagement machen sich Studierende mit fortgeschrittenen Finanzthemen wie Regulatorik, nachhaltigem Finanzwesen und digitalen Innovationen vertraut. Sie erwerben die interkulturellen, Verhandlungs- und Führungskompetenzen, die sie für die Arbeit in globalen Finanzkontexten benötigen.

Die Studierenden bereiten sich auf verantwortungsvolle Management- und Führungsaufgaben im internationalen Finanzwesen vor. Sie qualifizieren sich für anspruchsvolle Positionen in Finanzabteilungen internationaler Unternehmen, Beratungen, Banken und Versicherungen. Die Absolventinnen und Absolventen können die Herausforderungen der modernen Finanzwelt bewältigen.

Vielfältige Lehr- und Lernformen wie die *Harvard Case Study Method* sollen die Eigenständigkeit wie auch die Fähigkeit zur Teamarbeit der Studierenden fördern. Wahlpflichtmodule und Projektarbeiten ermöglichen ihnen eine individuelle Spezialisierung und praxisnahe Anwendung der erworbenen Kenntnisse.

Ein Auslandssemester ist in das dritte Semester integriert. Alternativ können Studierende, die bereits mindestens ein Jahr zusammenhängend in einem nicht-deutschsprachigen Land studiert oder gearbeitet haben, ein 15-wöchiges Praktikum absolvieren.

Der Studiengang richtet sich an qualifizierte und ambitionierte Bachelorabsolventinnen und -absolventen aus wirtschaftswissenschaftlichen und verwandten Disziplinen.

Zusammenfassende Qualitätsbewertung des Gutachtergremiums

Das Gutachtergremium hat einen positiven Gesamteindruck der Studiengänge gewonnen. Die Curricula gewährleisten den Theorie-Praxis-Transfer in hervorragender Weise. Hierzu tragen Lehr- und Lernformen wie Fallstudien und Projekt- und Praxisarbeiten, anwendungsorientierte Module und das Einbeziehen von Gastreferentinnen und -referenten aus der Praxis bei. Diese curricularen Elemente fördern die Berufsbefähigung der Absolventinnen und Absolventen. Das Gutachtergremium hebt auch das Kleingruppenprinzip positiv hervor.

Die Ressourcen der Hochschule ermöglichen weitgehend das Erreichen der Studiengangsziele. Die Studierenden erfahren eine sehr gute Unterstützung durch das Lehr- und Verwaltungspersonal. Die Hochschulmitarbeitenden stehen Studierenden u.a. bei allen Fragen rund um die Praktikumssuche und / oder den Berufseinstieg zur Verfügung. Die Hochschule sollte den Studierenden jedoch dringend einen noch adäquateren Zugang zu fundierter (Online-)Fachliteratur und wirtschaftswissenschaftlichen Datenbanken im *eigenen* Besitz schaffen. Studierende sollten dabei insbesondere auch von zu Hause aus auf die relevante Fachliteratur zugreifen können.

Die eingesetzten Prüfungsarten sind in Form und Inhalt dazu geeignet, die jeweiligen Lernergebnisse festzustellen. Die Hochschule muss jedoch die eingesetzten Portfolioprüfungen überprüfen und diese, wo angebracht, im Einklang mit ihrer festgelegten Definition in § 13 PO bringen. Falls die Portfolioprüfungen in der Praxis verschiedene unabhängig voneinander erbrachte und bewerte Prüfungsleistungen umfassen, muss die Hochschule dies sachgemäß in allen Studienunterlagen ausweisen. Auch muss sie die semesterbegleitenden Prüfungsleistungen (*Course Work*) im Hinblick auf die in Frage kommenden Prüfungsarten näher definieren.

Das jeweilige Studiengangskonzept berücksichtigt in angemessener Weise den internationalen Profilanspruch der Studiengänge. Insbesondere die internationale Zusammensetzung der Studierendenschaft fördert die Fähigkeit zur interkulturellen Zusammenarbeit der Studierenden. Die Hochschulmitarbeitenden begleiten ausländische Studierende sehr individuell. Die MBS ist in Bezug auf Hochschulpartnerschaften weltweit gut vernetzt.

Die Hochschule verfügt über ein gut ausgearbeitetes Qualitätsmanagementsystem. Die Curricula werden kontinuierlich überprüft und an fachliche und didaktische Weiterentwicklung angepasst. Dies zeigt sich beispielsweise in der Berücksichtigung moderner Themen wie generative KI.

Studiengang 01 International Marketing and Brand Management (M.A.)

Das Studiengangskonzept ist schlüssig und ermöglicht das Erreichen der festgelegten Qualifikationsziele. Die Studierenden erwerben Kenntnisse im Marketing und in Markenstrategie und -management. Sie qualifizieren sich u.a. für Fach- und Führungspositionen im Marketing internationaler Unternehmen.

Die Studiengangskonzept eröffnet Freiräume für ein selbstgestaltetes Studium. Im zweiten Semester stehen den Studierenden im sogenannten *studienspezifischen Schwerpunkt* beispielsweise fünf Wahlpflichtmodule zur Auswahl. Unter diesen hebt das Gutachtergremium insbesondere das Modul *Success Factor Happiness* aufgrund der Aktualität des Themas im betrieblichen Kontext positiv hervor. Das Curriculum sollte jedoch studiengangsspezifischere Themen als Wahlpflichtmodule integrieren, um den Studierenden eine fachspezifischere Schwerpunktsetzung zu ermöglichen.

Das erste Semester weist mit Blick auf die Anzahl der Klausuren eine hohe Prüfungsdichte auf. Die Hochschule sollte diese verringern und / oder eine höhere Prüfungsheterogenität einführen, um die Arbeitsbelastung für die Studierenden zu reduzieren und die Abschlussquote in der Regelstudienzeit zu verbessern.

Studiengang 02 Innovation and Entrepreneurship (M.A.)

Das Studiengangskonzept ist schlüssig und ermöglicht das Erreichen der festgelegten Qualifikationsziele. Die Studierenden machen sich mit strategischen Managementkonzepten und Innovationsinstrumenten vertraut. Sie lernen den gesamten Gründungsprozess kennen. Die Absolventinnen und Absolventen können ein eigenes Start-Up gründen, in ein bestehendes Unternehmen einsteigen oder als Beraterin oder Berater in Strategie- und Innovationsberatung tätig werden.

Das Studiengangskonzept eröffnet Freiräume für ein selbstgestaltetes Studium. Insbesondere die Möglichkeit, den Auslandsaufenthalt durch ein eigenes Start-Up-Projekt zu ersetzen, fällt dem Gutachtergremium positiv auf.

Hierzu kommen im zweiten Semester fünf weitere Wahlpflichtmodule. Unter diesen hebt das Gutachtergremium insbesondere das Modul *Success Factor Happiness* aufgrund der Aktualität des Themas im betrieblichen Kontext positiv hervor. Das Curriculum sollte jedoch studiengangsspezifischere Themen als Wahlpflichtmodule integrieren, um den Studierenden eine fachspezifischere Schwerpunktsetzung zu ermöglichen.

Studiengang 03 Finance (M.A.)

Das Studiengangskonzept ist schlüssig und ermöglicht das Erreichen der festgelegten Qualifikationsziele. Die Studierenden erwerben Kernkompetenzen für die Geschäfts- und Finanzwelt. Sie qualifizieren sich für Fach- und Führungsaufgaben im Finanzsektor internationaler Unternehmen.

Das Curriculum umfasst einschlägige Finanzkenntnisse und -kompetenzen. Die Themen *Asset Pricing* und *Global Financial Markets* sollten jedoch dringend als verpflichtende Module in das Curriculum integriert werden, um die vollumfängliche Ausbildung der Studierenden in diesen relevanten Bereichen sicherzustellen. Ebenso dringend sollten mehr Module mit quantitativer Ausrichtung als (Wahlpflicht-)Module angeboten werden, um den Studierenden den Erwerb weiterführender Kenntnisse und Kompetenzen in diesem Bereich zu ermöglichen.

1 Prüfbericht: Erfüllung der formalen Kriterien

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

Studienstruktur und Studiendauer (§ 3 BayStudAkkV)

Sachstand/Bewertung

Die Präsenzstudiengänge umfassen jeweils 90 ECTS-Leistungspunkte bei einer Regelstudienzeit von drei Semestern in Vollzeit (vgl. § 2 jeweilige Studien- und Prüfungsordnung (SPO)).

Optional können Studierende ein zusätzliches Auslandssemester an einer ausgewählten Partnerhochschule absolvieren und einen sogenannten *Dual Degree* erwerben (siehe Kapitel Hochschulische Kooperationen (§ 20 BayStudAkkV)). In diesem Fall verlängert sich die Regelstudienzeit um ein Semester.

Die Masterstudiengänge sind konsekutiv zu einem siebensemestrigen wirtschaftswissenschaftlichen Bachelorabschluss (210 ECTS-Leistungspunkte). Die Gesamtregelstudienzeit beträgt, unter Berücksichtigung des vorangegangenen Bachelorstudiums, zehn Semester. Mögliche Ausnahmen sind in § 3 der jeweiligen SPO geregelt (siehe Kapitel Zugangsvoraussetzungen und Übergänge zwischen Studienangeboten (§ 5 BayStudAkkV)).

Die Unterrichtssprache ist Englisch.

Entscheidungsvorschlag

Kriterium ist erfüllt.

Studiengangsprofile (§ 4 BayStudAkkV)

Sachstand/Bewertung

Die Studiengänge weisen jeweils ein anwendungsorientiertes Profil aus. Hierzu tragen verschiedene Elemente bei wie

- die praxisorientierte Ausrichtung der Lehre,
- der Praxisbezug der Abschlussarbeit und
- die enge Verknüpfung mit der Berufspraxis (z.B. im Rahmen des jeweiligen Moduls *Business Project*, welches in Zusammenarbeit mit einem Unternehmen stattfindet).

Die Studiengänge schließen jeweils mit einer Abschlussarbeit ab, die in § 14 der Allgemeinen Prüfungsordnung (PO) sowie in § 6 und in Anlage 1 der jeweiligen SPO geregelt ist.

Mit der Abschlussarbeit weisen die Studierenden nach, dass sie gründliche Fachkenntnisse erworben haben und die Fähigkeit besitzen, nach den erlernten Methoden selbstständig ein Thema umfassend zu bearbeiten (vgl. § 14 Abs. 2 PO). Das Thema ist im Regelfall in Zusammenarbeit mit einem Unternehmen zu finden (vgl. ebd.).

Entscheidungsvorschlag

Kriterium ist erfüllt.

Zugangsvoraussetzungen und Übergänge zwischen Studienangeboten (§ 5 BayStudAkkV)

Sachstand/Bewertung

Gemäß § 3 der jeweiligen SPO gelten für die Studiengänge folgende Zugangsvoraussetzungen:

- Ein Abschluss einer deutschen Hochschule in einem wirtschaftswissenschaftlichen Studiengang mit mindestens 210 ECTS-Leistungspunkten oder ein vergleichbarer in- oder ausländischer Abschluss, nachgewiesen durch Zeugnisse über den ersten berufsqualifizierenden Abschluss.

Alternativ wird auch der Abschluss eines nichtwirtschaftswissenschaftlichen Studiengangs und der zusätzliche Nachweis von Kenntnissen im Umfang von mindestens 30 ECTS-Leistungspunkten im wirtschaftswissenschaftlichen Bereich, darunter mindestens je ein Modul aus den Bereichen Betriebswirtschaftslehre / Management, Volkswirtschaftslehre / Managerial Economics, Accounting, Finanzen und Marketing akzeptiert. Diese können aus dem fachlich einschlägigen grundständigen Studienangebot der Munich Business School nachgewiesen werden.

- Nachweis über Kenntnisse der Unterrichtssprache Englisch durch den standardisierten *Test of English as a Foreign Language* (TOEFL) mit einer Punktzahl von mindestens 85 (internet-basiert). In jedem der Teilbereiche des TOEFL-Tests müssen mindestens 20 Punkte erreicht werden, im *Writing*-Teil mindestens 22 Punkte.

Der Nachweis von Sprachkenntnissen durch andere gleichwertige Testverfahren ist nach Maßgabe des Prüfungsausschusses möglich. Ein Nachweis durch einen standardisierten Test ist nicht erforderlich, wenn die Hochschulzugangsberechtigung oder ein Hochschulabschluss in englischer Sprache erworben wurde.

- Das Bestehen eines **Eignungsverfahrens** gemäß Anlage 3 der jeweiligen SPO.

Das Studium kann bereits vor dem vollständigen Erwerb der Zugangsvoraussetzungen aufgenommen werden, wenn die fehlenden Zugangsvoraussetzungen spätestens innerhalb eines Jahres nach Aufnahme des Studiums nachgewiesen werden. Hiervon ausgenommen ist der Nachweis von Kenntnissen im wirtschaftswissenschaftlichen Bereich gemäß § 3 Abs. 1 Ziffer 1 Satz 2 SPO. Werden die Zugangsvoraussetzungen nicht fristgerecht nachgewiesen, so führt dieses zur Exmatrikulation (vgl. § 3 Abs. 2 jeweilige SPO).

Anlage 3 der jeweiligen SPO regelt das Eignungsverfahren, inkl. Zweck, Auswahlkommision, Durchführung sowie Feststellung und Bekanntgabe des Ergebnisses. Das Eignungsverfahren dient dazu, die Studienplätze mit denjenigen Bewerberinnen und Bewerbern zu besetzen, die aufgrund ihrer Fähigkeiten, Motivation und Persönlichkeit am besten für den jeweiligen Studiengang geeignet sind. Die Anforderungen beinhalten:

- grundlegende Kenntnisse der wichtigsten Akteure, Trends und Entwicklungen der globalen Wirtschaft, insbesondere im fachlichen Schwerpunkt des angestrebten Studiengangs,
- mündliche Ausdrucks- und Kommunikationsfähigkeit und wirtschaftswissenschaftliche Fachsprachkompetenz in englischer Sprache,
- Leistungsbereitschaft (dargelegt durch Praktika, Auslandsaufenthalte, außercurriculares Engagement o.ä.).

Das Eignungsverfahren setzt sich aus (vgl. §§ 3 und 4 Anlage 3 der jeweiligen SPO)

- einer schriftlichen Bewerbung (auf Basis der einzureichenden Unterlagen, darunter u.a. eine ein- bis zweiseitige schriftliche Begründung für die Wahl des angestrebten Studiengangs) und einem
- persönlichen Auswahlgespräch von etwa 30 Minuten Dauer auf Basis eines Interviewleitfadens zusammen. Das Gespräch wird von der zuständigen Studiengangsleitung oder einer prüfenden Person gemäß § 6 PO und einer oder einem sachkundigen Beisitzenden geführt.

Soweit ein Abschluss mit weniger als 210 ECTS-Leistungspunkten (jedoch mindestens 180 ECTS-Leistungspunkten) vorliegt, kann der Nachweis der nach § 3 Abs. 1 Satz 1 SPO vorgesehenen Qualifikationen auch erbracht werden durch (vgl. § 3 Abs. 1 jeweilige SPO):

- a) **Eignungsprüfung** gemäß Anlage 2 der jeweiligen SPO oder
- b) Absolvieren bestimmter, vom Prüfungsausschuss festgelegter Module zum Erwerb fehlender Kompetenzen oder
- c) Anrechnung von außerhalb des Hochschulbereichs erworbenen Kenntnissen und Fähigkeiten.

Zunächst wird geprüft, ob ein Qualifikationsnachweis nach a) in Frage kommt. Sollte dieses nicht der Fall sein, steht es der Bewerberin oder dem Bewerber frei, sich verbindlich zwischen den Optionen b) und c) zu entscheiden.

Anlage 2 der jeweiligen SPO regelt die Eignungsprüfung, inkl. Zweck, Prüfungskommission, Durchführung sowie Feststellung und Bekanntgabe des Ergebnisses. Die Eignungsprüfung dient der Feststellung, ob die Bewerberin oder der Bewerber den fachspezifischen Anforderungen des Studiengangs genügt und eine hinreichende Aussicht besteht, das Studium im Hinblick auf diese Anforderungen erfolgreich abzuschließen. Die Anforderungen beinhalten:

- Fachkenntnisse im betriebswirtschaftlichen Bereich, die einem sechssemestrigen theoretischen Vollzeitstudium entsprechen und
- Kompetenzen in der praktischen Anwendung theoretischer Fachkenntnisse auf konkrete betriebliche Fragestellungen, wie sie beispielsweise durch ein einsemestriges einschlägiges Fachpraktikum erworben werden.

Die Eignungsprüfung findet in Form einer betriebswirtschaftlichen Fallstudienbearbeitung statt (vgl. § 3 Anlage 2 der jeweiligen SPO). In einem Prüfungsgespräch von ca. 30 Minuten Dauer werden der Bewerberin oder dem Bewerber fachliche Fragen zur Fallstudie gestellt, die auf dem Niveau eines wirtschaftswissenschaftlichen Bachelor-Abschlusses liegen. Die Kommissionsmitglieder bewerten die Bearbeitung der Fallstudie durch die bewerbende Person gemeinsam anhand eines standardisierten Bewertungsschemas mit den vier Kriterien

- Analyse,
- Empfehlungen / Implikationen,
- Struktur und
- Tiefe des Verständnisses.

Im Falle einer Zulassung zum Studium unter der Voraussetzung des Bestehens einer Eignungsprüfung erwirbt die oder der Studierende mit Erreichen des Master-Abschlusses keine 300 ECTS-Leistungspunkte (vgl. § 3 Abs. 1 Buchstabe a jeweilige SPO).

Entscheidungsvorschlag

Kriterium ist erfüllt.

Abschlüsse und Abschlussbezeichnungen (§ 6 BayStudAkkV)

Sachstand/Bewertung

Nach erfolgreichem Abschluss der Masterprüfung verleiht die Hochschule den akademischen Grad *Master of Arts* (M.A.) (vgl. § 8 Abs. 1 jeweilige SPO). Die jeweilige Abschlussbezeichnung richtet sich nach der inhaltlichen Ausgestaltung des Studiengangs und entspricht den Vorgaben aus § 6 BayStudAkkV.

Über die bestandene Abschlussprüfung werden eine Urkunde, ein Abschlussprüfungszeugnis und ein Diploma Supplement ausgehändigt (vgl. § 31 Abs. 1 und 3 PO). Das Diploma Supplement wird in der jeweils gültigen, zwischen KMK und Hochschulrektorenkonferenz abgestimmten, Fassung in englischer Sprache ausgestellt. Die Hochschule sollte den Studierenden zusätzlich eine deutsche Version des Diploma Supplements aushändigen.

Das jeweilige Diploma Supplement enthält Angaben über Art und Stufe des Abschlusses, den Status der Hochschule sowie detaillierte Informationen über das Studienprogramm, in dem der Abschluss erworben wurde (Studienform und -dauer, Zulassungsvoraussetzungen, Studienanforderungen, Studienverlauf und optionale weitere Informationen). Eine ECTS-Einstufungstabelle wird im Anhang des Diploma Supplements ausgewiesen.

Die Lernergebnisse sind unter Punkt 4.2 *Programme learning outcomes* des jeweiligen Diploma Supplements lernergebnis-orientiert ausgewiesen.

Entscheidungsvorschlag

Kriterium ist erfüllt.

Modularisierung (§ 7 BayStudAkkV)

Sachstand/Bewertung

Die Studiengänge sind vollständig modularisiert und mit einem Leistungspunktesystem ausgestattet. Alle Module erstrecken sich über maximal zwei aufeinanderfolgende Semester.

Abweichungen von der Mindestmodulgröße von fünf ECTS-Leistungspunkten gibt es in allen Studiengängen in folgenden Modulen (vgl. Anlage 1 der jeweiligen SPO und siehe auch Kapitel Studierbarkeit (§ 12 Abs. 5 BayStudAkkV)):

- **Die studiengangsspezifischen zur Auswahl stehenden Wahlpflichtmodule umfassen jeweils drei ECTS-Leistungspunkte (zweites Semester).** Die Studierenden wählen zwei Wahlpflichtmodule aus.

In den Wahlpflichtmodulen beschäftigen sich die Studierenden mit vertiefenden oder wissensverbreiternden Spezialthemen, die in diesem Umfang jeweils in sich geschlossen umfassend abgehandelt werden können. Durch die Modulgröße können aktuelle Themen eingebunden werden, deren Wissens- und Forschungsfelder sich noch entwickeln. Die Modulgröße erlaubt auch den Studierenden, mehrere Module nach ihren Interessenschwerpunkten zu belegen.

- **Die zur Auswahl stehenden Wahlpflichtmodule des Bereichs *International Focus* umfassen jeweils drei ECTS-Leistungspunkte.** Die Studierenden wählen im ersten und zweiten Semester entsprechend ihrer Präferenz jeweils eins dieser Module aus. Sie können so interessengeleitet verschiedene Wirtschaftsregionen miteinander kombinieren.
- **Das Modul *MBS Engagement* umfasst einen ECTS-Leistungspunkt (zweites Semester).** Das Modul soll außercurriculares Engagement würdigen. Eine zusätzliche Prüfungsbelastung entsteht nicht, da das Modul mit einem Teilnahmenachweis abschließt (siehe Kapitel Prüfungssystem (§ 12 Abs. 4 Prüfungssystem BayStudAkkV)).
- **Die fakultativen Fremdsprachen umfassen jeweils drei ECTS-Leistungspunkte (Angebot im ersten und zweiten Semester).** Der geringere Modulumfang soll Studierende zum freiwilligen Lernen von Fremdsprachen ermuntern.

Die Modulbeschreibungen enthalten folgende Informationen:

- zu Inhalten und Qualifikationszielen,
- zu Lehr- und Lernformen,
- zur Verwendbarkeit des Moduls,
- zur Häufigkeit des Angebots,
- zum Arbeitsaufwand und
- zur Dauer des Moduls.

Sie beschreiben Voraussetzungen:

- für die Teilnahme,
- für die Vergabe von ECTS-Leistungspunkten (gemäß *European Credit Transfer System*) und
- zu ECTS-Leistungspunkten und Benotung.

Entscheidungsvorschlag

Kriterium ist erfüllt.

Leistungspunktesystem (§ 8 BayStudAkkV)

Sachstand/Bewertung

Die Studiengänge umfassen je 90 ECTS-Leistungspunkte (vgl. § 2 Abs. 3 jeweilige SPO). Pro Semester werden 30 ECTS-Leistungspunkte erbracht (vgl. Anlage 1 der jeweiligen SPO und § 19 Abs. 1 PO).

Gemäß § 2 Abs. 3 der jeweiligen SPO und § 19 Abs. 1 der PO entspricht ein ECTS-Leistungspunkt einer studentischen Arbeitsbelastung von 30 Stunden.

Die Abschlussarbeit ist in § 14 der PO sowie in § 6 und Anlage 1 der jeweiligen SPO geregelt.

Das Abschlussmodul umfasst 15 ECTS-Leistungspunkte (vgl. Anlage 1 der jeweiligen SPO). Die Bearbeitungsdauer der Abschlussarbeit beträgt drei Monate (vgl. § 6 Abs. 2 jeweilige SPO).

Die Bewertung des Abschlussmoduls setzt sich zu 70 % aus der Note der schriftlichen Abschlussarbeit und zu 30 % aus einem mündlichen Teil zusammen (vgl. § 14 Abs. 3 ebd.). Der schriftliche

Teil umfasst 60 bis 80 Seiten (vgl. jeweiliges Modulhandbuch). Der mündliche Teil wird durch eine Präsentation der Abschlussarbeit (30 Minuten) und offene Fragen zur Präsentation und zur Abschlussarbeit (15 Minuten) erbracht (vgl. § 14 Abs. 3 PO und jeweiliges Modulhandbuch).

Mit dem Masterabschluss werden, unter Einbeziehung des vorangegangenen Studienabschlusses, 300 ECTS-Leistungspunkte erreicht. Mögliche Ausnahmen sind in § 3 der jeweiligen SPO geregelt (siehe Kapitel Zugangsvoraussetzungen und Übergänge zwischen Studienangeboten (§ 5 BayStudAkkV)).

Entscheidungsvorschlag

Kriterium ist erfüllt.

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

Sachstand/Bewertung

Studienzeiten und Studien- und Prüfungsleistungen, die in Studiengängen oder durch die Teilnahme an einer Fernstudieneinheit im Rahmen eines Studiengangs an einer staatlichen oder staatlich anerkannten Hochschule in der Bundesrepublik Deutschland oder in Studiengängen an ausländischen Hochschulen erbracht worden sind, sind vom Prüfungsausschuss auf Antrag anzuerkennen, sofern hinsichtlich der erworbenen Kompetenzen (Lernergebnisse) keine wesentlichen Unterschiede bestehen. Mit dem Antrag sind von der Antragsstellerin oder dem Antragsteller alle erforderlichen Unterlagen und Nachweise vorzulegen (vgl. § 15 Abs. 1 PO).

Kompetenzen, die außerhalb des Hochschulbereichs erworben worden sind, insbesondere im Rahmen einer einschlägigen erfolgreich abgeschlossenen Berufs- oder Schulausbildung, sonstiger weiterbildender Studien oder einer berufspraktischen Tätigkeit, können auf zu erbringende Leistungen des Studiums angerechnet werden, wenn sie gleichwertig sind. Solche außerhalb des Hochschulbereichs erworbene Kompetenzen können bis zur Hälfte der ECTS-Leistungspunkte der im Studium zu erbringenden Kompetenzen ersetzen (vgl. § 15 Abs. 2 ebd.)

Studierenden mit einschlägiger abgeschlossener Berufsausbildung oder einer einschlägigen mindestens 12-monatigen überwiegend zusammenhängenden praktischen beruflichen Tätigkeit werden auf Antrag Zeiten ganz oder teilweise auf geforderte Praktika angerechnet, soweit Inhalt und Zielsetzung der Berufsausbildung oder der praktischen beruflichen Tätigkeit mit den Ausbildungszielen und -inhalten des Praktikums gleichwertig sind (vgl. ebd.).

Die Anrechnung von Prüfungsleistungen setzt einen schriftlichen Antrag voraus und kann nur erfolgen, wenn die Studien- oder Prüfungsleistung, die aufgrund der Anrechnung erlassen werden soll, an der Munich Business School noch nicht erbracht wurde. Nicht erbracht heißt, dass der Vertrag für die praktische Zeit im Betrieb noch nicht genehmigt ist und / oder die Prüfung noch nicht angetreten wurde (vgl. § 15 Abs. 3 ebd.).

Der Antrag muss i.d.R. bis spätestens zum Ende des Semesters gestellt werden, in dem die Immatrikulation erfolgte. Für Leistungen, die nach der Immatrikulation erbracht und anerkannt werden sollen, ist der Antrag i.d.R. spätestens bis zum Ende des auf die Leistungserbringung folgenden Semesters zu stellen. Sofern es sich um die Anrechnung von beruflichen Kompetenzen auf die Ableistung von Praktika handelt, ist der Antrag hierfür spätestens in dem Semester zu stellen, welches dem Semester des Praktikums vorangeht (vgl. ebd.).

Nach Darstellung der Hochschulmitarbeitenden dienen diese Hinweise zur Einreichung dazu, frühzeitige mögliche Auswirkungen der Anerkennung und Anrechnung auf die Studienplanung

und den Studienverlauf zu klären. Eine Antragsstellung ist in der Praxis auch zu einem späteren Zeitpunkt möglich.

Der Prüfungsausschuss hat innerhalb einer Frist von vier Wochen (in der vorlesungsfreien Zeit innerhalb einer Frist von acht Wochen) nach Eingang des Antrags die vorgelegten Unterlagen auf Vollständigkeit zu prüfen. Sind die vorgelegten Unterlagen unvollständig, so dass die beantragte Entscheidung über die Anrechnung nicht erfolgen kann, fordert der Prüfungsausschuss die Antragstellerin oder den Antragsteller unter Setzung einer angemesseneren Frist auf, die fehlenden Unterlagen nachzureichen. Wurden von der Antragstellerin oder dem Antragsteller alle für die Entscheidung erforderlichen Unterlagen bei Antragstellung bzw. nach Nachfristsetzung vorgelegt, hat die Prüfungskommission innerhalb einer Frist von vier weiteren Wochen zu entscheiden; fällt diese Frist in die vorlesungsfreie Zeit, beträgt sie acht Wochen (vgl. ebd.).

Wird die Anrechnung in den Fällen des § 15 Abs. 1 bis 2 PO versagt, ist ein schriftlicher Bescheid unter Nennung der die Ablehnungsentscheidung im Wesentlichen tragenden Gründe zu fertigen und mit einer Rechtsbehelfsbelehrung versehen der Antragstellerin oder dem Antragsteller zuzustellen. Die Antragstellerin oder der Antragsteller ist über eventuelle mögliche Maßnahmen zu unterrichten, die ergriffen werden können, um die Anerkennung ggf. zu einem späteren Zeitpunkt zu erlangen (vgl. § 15 Abs. 5 ebd.).

Angerechnete Leistungen werden auf Leistungsübersichten als solche ausgewiesen und werden nicht in die numerische Berechnung von Modulendnoten oder des Prüfungsgesamtergebnisses einbezogen (vgl. § 15 Abs. 6 ebd.).

Entscheidungsvorschlag

Kriterium ist erfüllt.

2 Gutachten: Erfüllung der fachlich-inhaltlichen Kriterien

2.1 Schwerpunkte der Bewertung / Fokus der Qualitätsentwicklung

In allen Gesprächen wurden insbesondere die Themen Prüfungssystem und Studierbarkeit eruiert. Das Gutachtergremium legte auch ein besonderes Augenmerk auf den Aufbau, die fachspezifischen Inhalte und den besonderen internationalen Profilanspruch der Studiengänge. Mit den Lehrenden, Studierenden und Mitarbeitenden der Verwaltung wurden u.a. auch Fragen der studentischen Betreuung und den Zugang zur notwendigen (Fach-) Literatur besprochen.

Studiengang 01 International Marketing and Brand Management (M.A.)

Seit der letzten Akkreditierung hat die Hochschule den Studiengang wie folgt weiterentwickelt:

Bereich	Änderungsmaßnahme
Programminhalt/ Didaktik/ Prüfungsformen	<ul style="list-style-type: none">Modul <i>International Marketing and Brand Management</i>: Das Modul findet nun auf Basis der <i>Harvard Case Study Method</i> statt. Inhalte werden fast ausschließlich über die Fallstudienerarbeitung erlernt und in der Prüfung abgefragtModul <i>Customer Insights for Marketing and Brand Management</i>: Eine Hausarbeit ersetzt die bisherige Klausur. Diese Prüfungsform gibt den Studierenden die Möglichkeit, anhand einer realen Fragestellung ihr Wissen selbstständig und mithilfe weiterführender Literatur, Fallstudien und Beispielen aus der Praxis darzustellen.Modul <i>Integrated Brand Communication in a Digitalized World</i>: Durch eine praxisorientiertere Aufgabenstellung, die sich anhand eines realen Kunden durch das gesamte Semester zieht, lernen Studierende die Pitch-Situation von strategischen/Kreativagenturen kennen. Sie werden in einem eigens hierfür entwickelten Pitch-Workshop optimal darauf vorbereitet, im Modul erlerntes Wissen anhand einer realen Aufgabenstellung kreativ und innovativ umzusetzen.Modul <i>Brand Storytelling</i>: Studierende lernen durch die Analyse von realen Markenkampagnen die Relevanz strategischer Kommunikation. Sie produzieren auf dieser Basis ihren eigenen Imagefilm inklusive Storyboard und mündlicher Präsentation, für reelle und fiktive Kundinnen und Kunden.Projektmodul: Die Hochschule hat von einer rein internen Betreuung durch die MBS Professorinnen- und Professorenschaft auf eine Kombination aus Professorinnen und Professoren sowie externen Expertinnen und Experten gewechselt. Zudem wurden neue Betreuungsschleifen (Zwischenpräsentation, Spotlight Talk mit jeder Gruppe Finanzpläne, Feedback zum Abschlussbericht) und Inhalte rund um Teamwork und Projektmanagement eingebaut.
Personal	Insbesondere für die praxisorientierten Lehrveranstaltungen / Module wurden Expertinnen und Experten aus der Wirtschaft gewonnen.

Mit der Reakkreditierung verbindet die MBS folgende Änderungen:

Kompetenzbereich	Strukturelle / Inhaltliche Neuerungen
Allgemeine, betriebswirtschaftliche und praxisorientierte Fachkenntnisse	<ul style="list-style-type: none"> • <i>International Marketing and Brand Management</i> vermittelt strategische Markenführung (Marketing from the boardroom) mittels Harvard Fallstudien. • <i>Integrated Brand Communication in a Digitalized World</i> fokussiert stärker das strategische Denken als Grundlage für kreative Kommunikationslösungen mittels einer realen Pitch-Situation gegenüber einer Kundin oder einem Kunden.
Soziale Kompetenzen	Gruppenarbeiten über die meisten Lehrveranstaltungen und Module hinweg fördern die Teamfähigkeit sowie Projektmanagementkompetenzen der Studierenden sowie ihre Fähigkeit zum Überbrücken kultureller Differenzen in der Zusammenarbeit und Kommunikation innerhalb der Gruppe aber auch gegenüber externen Kundinnen und Kunden.
Soft Skills, Persönlichkeitsentwicklung und Methodenkompetenz	<ul style="list-style-type: none"> • Kritisches Denken wird im gesamten Kursangebot stärker gefördert, sowohl bei theoretischen Analysen als auch bei Fallstudien mit Praxisbezug. • Präsentationstechniken werden im gesamten Kursangebot stärker gefördert, besonders aber im Modul <i>Integrated Brand Communication in a Digitalized World</i>. • Mediale und digitale Kompetenzen werden besonders bei der Pitch-Erarbeitung (360 Grad Kampagne, online und offline) und in der Filmentwicklung (<i>Brand Storytelling</i>) erworben.
Digitale Kompetenzen	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Integrated Brand Communication in a Digitalized World</i>: Die eingeführte 360 Grad Kampagne erfordert die Ausarbeitung von Onlineaktivitäten (z.B. Social Media Strategie, KPIs usw.) und die Integration von Offlineaktivitäten für die strategische Markenführung. • <i>Brand Storytelling</i> erfordert mediale Kenntnisse zur Filmherstellung.
Innovationskompetenz	Mehr Praxisprojekte mit realen Kundinnen und Kunden erfordern kreative und innovative Lösungsansätze in der Bearbeitung von Problemstellungen aus der Praxis.

Studiengang 02 Innovation and Entrepreneurship (M.A.)

Seit der letzten Akkreditierung hat die Hochschule den Studiengang wie folgt weiterentwickelt:

Bereich	Änderungsmaßnahmen
Programminhalt/ Didaktik/ Prüfungsformen	<ul style="list-style-type: none"> • Generell verstärkter Einbezug des lokalen Innovationsökosystems durch Gastbeiträge und Besuche von Unterstützungsorganisationen, Innovationseinheiten sowie Start- und Scale-ups. • Lehrveranstaltung <i>Innovation Strategy</i> des Moduls <i>Innovation and Entrepreneurship: Strategy and Business Design</i>: Verstärkter Fokus auf Bearbeitung und Diskussion aktueller, peer-reviewter Literatur zur Vorbereitung auf die Abschlussarbeit. • Modul <i>Ideation and Prototyping</i>: Besonderer Fokus bei der Entwicklung eigener Geschäftsideen in Kleingruppen auf sogenannte <i>Wicked Problems</i>, um Studierende auf Dynamiken und Komplexität der (Geschäfts-)Welt vorzubereiten.

Prüfung	Modul <i>Scaling Startups and Innovation Projects</i> : Einführung neuer Prüfungsthemen wie die kritische Auseinandersetzung mit gescheiterten Unternehmungen zur Schärfung des kritischen Urteilungsvermögens.
Personal	Verstärkter Einbezug von Expertinnen und Experten aus der Wirtschaft für praxisnahe Module und Kooperationen mit Wirtschaftsunternehmen für aktuelle technologische Entwicklungen (z.B. Modul <i>Technology Trends</i>).

2.2 Erfüllung der fachlich-inhaltlichen Kriterien

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

Qualifikationsziele und Abschlussniveau (§ 11 BayStudAkkV)

a) Studiengangsübergreifende Aspekte

Die MBS vertritt als Institution drei Kernwerte (vgl. MBS Strategic Plan 2022-2026):

- innovativ (*innovative*),
- verantwortungsbewusst (*responsible*) und
- weltoffen (*globally minded*).

Entsprechend verfolgt sie in allen ihren Masterstudiengängen das Ziel der ganzheitlichen Bildung ihrer Studierenden zu fachlich und überfachlich qualifizierten Nachwuchsführungskräften.

Im Rahmen des *Assurance of Learning Prozesses* (AoL) hat die Hochschule hierfür Lern- und Kompetenzziele entwickelt (siehe auch Kapitel Studienerfolg (§ 14 BayStudAkkV)). Diese kombinieren spezifische Fach- und Methodenkompetenzen mit überfachlichen Kompetenzzielen wie Sozial- und Selbstkompetenz (vgl. Ziffer 2.2.2 AoL Report):

Goals	Objectives
 <p>Goal 1: Graduates synthesize and apply relevant knowledge in both theory and practice.</p>	<p>Objective 1: Graduates synthesize and apply relevant theoretical knowledge in the field of their specific master's program.</p> <p>Objective 2: Graduates synthesize and apply relevant practical knowledge in the field of their specific master's program.</p>
 <p>Goal 2: Graduates develop a global understanding and mindset.</p>	<p>Objective 1: Graduates generate a solid understanding of economy and business practices in different countries and apply this international perspective to their work.</p> <p>Objective 2: Graduates develop an international mindset and intercultural sensitivity through personal experience.</p>
 <p>Goal 3: Graduates practice a human-centered business approach.</p>	<p>Objective 1: Graduates explain and interpret the impact of doing business on society and the environment.</p> <p>Objective 2: Graduates appraise and apply human-centered business practices.</p>
 <p>Goal 4: Graduates develop critical thinking skills to work in innovative and creative ways.</p>	<p>Objective 1: Graduates use critical thinking skills to design and evaluate innovative and creative solutions for a current business problem on an advanced level.</p>

Das *erste Ziel* fokussiert den Erwerb fundierter Fach- und Methodenkompetenz in betriebswirtschaftlichen Kernbereichen sowie im spezifischen Themenfeld des jeweiligen Studiengangs (siehe studiengangsspezifische Bewertung). Diese Fachkompetenz bildet die Grundlage für ein umfassendes Verständnis der Teilbereiche und die Übernahme von verantwortungsvollen Führungspositionen im internationalen Kontext. Die fachlichen Inhalte der einzelnen Teilbereiche sind dabei eng verknüpft und fördern den kontinuierlichen Wissenstransfer. Analytische Fähigkeiten, wissenschaftliches Arbeiten, Umgang mit Komplexität und kritisches Denken im Kontext des Anwendungsbereichs gehören zu wesentlichen Kompetenzbereichen.

Die weiteren Kompetenzziele orientieren sich an den Kernwerten der Hochschule:

- **Weltoffen (zweites Ziel):** Die Absolventinnen und Absolventen verstehen internationale Zusammenhänge und besitzen interkulturelle Kompetenzen.
- **Verantwortungsvoll (drittes Ziel):** Die Absolventinnen und Absolventen handeln unter ethischen Gesichtspunkten in Bezug auf Gesellschaft und Umwelt. Sie stellen Menschen ins Zentrum ihrer Geschäftspraktiken.
- **Innovativ (viertes Ziel):** Die Absolventinnen und Absolventen können kritisch denken und kreative, innovative Lösungsansätze entwickeln.

Diese Zielkombination soll zur Handlungskompetenz der Studierenden führen: Die Absolventinnen und Absolventen können die erlernten Theorien und Methoden auf praktische und unbekannte Problemstellungen anwenden. Sie können auch zahlreiche Begleitfaktoren berücksichtigen, die sich im Rahmen einer konkreten Umsetzung als Hindernis ergeben können.

Die Vernetzung der verschiedenen Kompetenzfelder soll für Studierende auch die zentrale Voraussetzung für die Entwicklung eines erfolgreichen, nachhaltigen und verantwortungsvollen Führungsverhaltens schaffen. Die Studierenden lernen, mit komplexen Fragestellungen umzugehen

und auf Basis unvollständiger oder limitierter Informationen ihr Wissen anzuwenden bzw. weiterzuentwickeln. Absolventinnen und Absolventen verfügen hierdurch über ein tiefgreifendes betriebswirtschaftliches, unternehmerisches Verständnis. Sie sind in der Lage, auch in neuen und unvertrauten Situationen fundierte Entscheidungen zu fällen und dabei gesellschaftliche, interkulturelle und ethische Gesichtspunkte zu berücksichtigen.

Die Modulbeschreibungen stellen den Beitrag jedes Moduls zum Erreichen der AoL Kompetenzziele dar (vgl. Abschnitt *Beitrag zu „Assurance of Learning“ Kompetenzzielen* im jeweiligen Modulhandbuch).

Die studiengangsspezifischen Qualifikationsziele sind in § 1 Abs. 1 der jeweiligen SPO und auf der Internetseite der Studiengänge¹ dargestellt.

b) Studiengangsspezifische Bewertung

Studiengang 01 International Marketing and Brand Management (M.A.)

Sachstand

Aufbauend auf betriebswirtschaftlichen Vertiefungsfächern fokussiert der Studiengang fundierte Kenntnisse in den Bereichen internationales Marketing und Markenpolitik, -strategie und -management. Die Studierenden bauen zudem ihre Selbst-, Team- und Führungskompetenzen aus.

Die Studierenden erwerben bestehendes wissenschaftlich belegtes Fach- und Methodenwissen. Sie lernen die Schaffung von Markenwerten kennen und erhalten Einblicke in die Verhaltenspsychologie. Sie üben digitale Marketing-Tools, um zukünftige Kundinnen und Kunden zu verstehen.

Zusätzlich machen sich Studierende mit den neusten globalen Marketingstrategien und -innovationen vertraut. In (Wahlpflicht-) Modulen wie *Integrated Brand Communication in a Digitalized World* und *Brand Storytelling* eignen sie sich Kenntnisse aus dem Bereich digitaler Markenführung an.

Da Marketing und Markenführung auf sich ständig entwickelnden Methoden basieren, erwerben die Studierenden auch die Fähigkeit, das erworbene Wissen stetig zu hinterfragen und sich neues Wissen anzueignen.

Die Absolventinnen und Absolventen können sowohl akademische als auch praxisbezogene Aufgabenstellungen bewältigen. Sie können effektive Marketing-Entscheidungen in einem breiten Spektrum von Branchen- und Agenturpositionen treffen (vgl. § 1 Abs. 1 SPO). Sie treiben als strategisch denkende und verantwortungsbewusste Führungskräfte den gesellschaftlichen Wandel voran. Sie sind für die Herausforderungen in der dynamischen Welt der Markenführung gerüstet und können nachhaltige und innovative Lösungen entwickeln.

Absolventinnen und Absolventen sind für Fach- und Führungspositionen im Marketing und der marktorientierten Unternehmensführung von klassischen Agenturen über kleine und mittlere Unternehmen (KMU) sowie Nonprofit-Organisationen bis hin zu internationalen Großkonzernen qualifiziert.

¹ [Studiengang 01: International Marketing and Brand Management \(M.A.\)](#) [Letzter Zugriff: 27.03.2025].

[Studiengang 02: Innovation and Entrepreneurship \(M.A.\)](#) [Letzter Zugriff: 27.03.2025].

[Studiengang 03: Finance \(M.A.\)](#) [Letzter Zugriff: 27.03.2025].

Studiengang 02 Innovation and Entrepreneurship (M.A.)

Sachstand

Der Studiengang fokussiert die Entwicklung und Umsetzung von Lösungen für komplexe, gesellschaftlich relevante Probleme (*Wicked Problems*) mittels Gruppenarbeit und direkter Zusammenarbeit mit der Wirtschaft.

Die Studierenden erwerben fortgeschrittenes betriebswirtschaftliches Wissen. Sie lernen den gesamten Gründungsprozess

- von der Eingrenzung und Analyse einer Problemstellung und Kreativtechniken zur Identifikation einer Geschäftsidee
- über die Erstellung eines Businessplans und Entwicklung von Prototypen
- bis hin zur Gründung

kennen.

Sie machen sich mit strategischen Managementkonzepten und Innovationsinstrumenten vertraut. Sie erarbeiten sich die Fähigkeit, Innovationen zu identifizieren, zu managen und zu implementieren. Sie fördern ihre unternehmerischen und innovativen Fähigkeiten und erwerben (internationale) Führungskompetenzen (vgl. § 1 Abs. 1 SPO).

Die Studierenden eignen sich sowohl wissenschaftlich basiertes Theorie- als auch Anwendungswissen an. Sie erlernen wichtige Arbeitsmethoden wie *Design Thinking* und *Lean Startup*.

Die Absolventinnen und Absolventen können als kreative und verantwortungsbewusste Führungskräfte den gesellschaftlichen Wandel vorantreiben. Sie sind für die Herausforderungen in der globalen Wirtschaft und der dynamischen Welt des Innovationsmanagements gerüstet. Sie können nachhaltige und innovative Lösungen entwickeln. Sie sind für Führungspositionen im Innovationsmanagement qualifiziert. Sie können alternativ auch eigene Unternehmen gründen.

Den Absolventinnen und Absolventen stehen vielfältige Karrieremöglichkeiten zur Auswahl. Beispielsweise können sie (vgl. Abschnitt *Karrieremöglichkeit* der Internetseite):

- ein eigenes Start-Up gründen oder in ein bereits existierendes einsteigen,
- in einem (internationalen) Konzern in den Bereichen *Corporate Innovation*, *Corporate Entrepreneurship*, Strategie oder *Business Development* arbeiten,
- den Familienbetrieb übernehmen oder
- als Beraterin oder Berater in der Strategie- und Innovationsberatung tätig werden.

Studiengang 03 Finance (M.A.)

Sachstand

Der Studiengang kombiniert Kernkompetenzen der Geschäfts- und Finanzwelt (vgl. Internetseite). Er fokussiert den Erwerb tiefgreifenden Fachwissens und unternehmerischen Handelns.

Die Studierenden erwerben fundierte finanzwirtschaftliche Fach- und Methodenkompetenzen. Aufbauend auf Kernbereichen wie Investitionsrechnung, Unternehmensbewertung und Risikomanagement beschäftigen sie sich mit fortgeschrittenen und aktuellen Finanzthemen (z.B. Regulatorkritik, nachhaltige Finanzen, digitale Innovationen, *Fintech* und *Decentralized Finance*). Sie eignen sich auch grundlegendes Fachwissen zu Themen wie *Corporate Valuation*, *Corporate Finance* und *International Finance* an.

Die Studierenden lernen, die Herausforderungen der modernen Finanzwelt verantwortungsvoll zu meistern. Gleichzeitig bauen sie ihre interkulturellen, Verhandlungs- und Führungskompetenzen aus. Sie fördern ihre analytischen Fähigkeiten und ihr kritisches Denken.

Die Studierenden werden dazu befähigt, sich stets innovatives Wissen anzueignen. Diese Fähigkeit soll insbesondere vor dem Hintergrund der rapiden markt- und technologiegetriebenen Entwicklungen in der Finanzbranche einen relevanten Erfolgsfaktor im Berufsmarkt darstellen.

Die Absolventinnen und Absolventen können komplexe Geschäftsprobleme lösen und fundierte Entscheidungen treffen. Sie sind für Fach- und Führungsaufgaben im Finanzsektor internationaler Unternehmen qualifiziert (vgl. § 1 Abs. 1 SPO). Sie können anspruchsvolle Positionen im Management und in Finanzabteilungen internationaler Unternehmen, Beratungen, Banken und Versicherungen und öffentlicher Einrichtungen übernehmen.

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Die Qualifikationsziele aller drei Studiengänge sind der Allgemeinheit zugänglich, sowohl in § 1 Abs. 1 der jeweiligen SPO als auch auf der Internetseite der Studiengänge². Die Qualifikationsziele sind ebenfalls im Diploma Supplement ausgewiesen sowie in Studiengangsflyern, die das Gutachtergremium vor Ort eingesehen hat. Sie sind zwischen den verschiedenen Darstellungen inhaltlich konsistent und wurden von den Studiengangsleitungen während der Begutachtung nachvollziehbar dargelegt.

Die Qualifikationsziele und die angestrebten Lernergebnisse beziehen sich jeweils auf den konkreten Studiengang, entsprechen dem angestrebten Masterniveau und sind klar formuliert. Sie sind schlüssig und lernergebnisorientiert formuliert. Die Modulbeschreibungen stellen systematisch den Beitrag der einzelnen Module zum Erreichen der AoL Kompetenzziele dar (vgl. Abschnitte *Beitrag zu „Assurance of Learning“ Kompetenzziehen* im jeweiligen Modulhandbuch).

Die angestrebten Qualifikationsziele tragen folgenden Zielen Rechnung:

- der wissenschaftlichen Befähigung,
- der Erwerbstätigkeit und
- der Befähigung zu einer Persönlichkeitsentwicklung.

Die fachlichen und wissenschaftlichen Anforderungen der Studiengänge umfassen die Aspekte

- Wissen und Verstehen,
- Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen,
- Kommunikation und Kooperation sowie
- wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität.

Davon hat sich das Gutachtergremium anhand der festgelegten Qualifikationsziele und Gespräche mit den Studiengangsleitungen und Lehrenden überzeugt. Nach Erachten des Gutachtergremiums sind wichtige Kompetenzen wie kritisches Hinterfragen und Wissenstransfer in den einzelnen Modulbeschreibungen der Studiengänge jedoch zugunsten des Bereichs *Wissen und Verstehen* weniger ausgeprägt (z.B. in der Beschreibung der Module *Business in Europe* und *Independent Research Project* (alle Studiengänge)).

² vgl. [Studiengang 01: International Marketing and Brand Management \(M.A.\)](#) [Letzter Zugriff: 27.03.2025].

vgl. [Studiengang 02: Innovation and Entrepreneurship \(M.A.\)](#) [Letzter Zugriff: 27.03.2025].

vgl. [Studiengang 03: Finance \(M.A.\)](#) [Letzter Zugriff: 27.03.2025].

Um das angestrebte Masterniveau vollumfänglich widerzuspiegeln und die Berufsbefähigung der Studierenden ideal zu unterstützen, werden die Lehrenden dazu ermutigt, in ihren Lehrveranstaltungen über den Wissenserwerb hinaus insbesondere das kritische Denken und die Wissenstransfer-Kompetenz der Studierenden gezielt zu fördern. Dies gilt auch in Bezug auf die Prüfungs-inhalte (siehe Kapitel Prüfungssystem (§ 12 Abs. 4 BayStudAkkV)).

Die internationale Zielgruppe der Studiengänge ist darüber hinaus eher heterogen.³ Aufgrund dieser Besonderheit können die Lehrenden zu Anfang des Studiums und nach Darstellung der befragten Studierenden dazu tendieren, die unterschiedlichen Kenntnisstände auf ein einheitliches Niveau zu bringen. Dies ist teilweise sinnvoll, um das Erreichen der Qualifikationsziele und die Studierbarkeit der Studiengänge sicherzustellen. Nichtdestotrotz regt das Gutachtergremium die Modulverantwortlichen und Lehrenden dazu an, potenzielle inhaltliche Wiederholungen aus dem Bachelorstudium zu überprüfen und möglichst zu begrenzen. Stattdessen sollten die Lehrenden die Vertiefung der Lehr- und Lerninhalte fokussieren. Um mögliche Wiederholungen aus dem Bachelorstudium zu vermeiden, könnten diese z.B. in separat stattfindenden Repetitorien angeboten werden.

Die Dimension Persönlichkeitsbildung umfasst auch die künftige zivilgesellschaftliche, politische und kulturelle Rolle der Absolventinnen und Absolventen. Die Förderung des verantwortungsbewussten Verhaltens und der menschenzentrierten Geschäftspraktiken der zukünftigen Absolventinnen und Absolventen ist in den Kernwerten der MBS und in ihren AoL Zielen fest verankert (vgl. MBS Strategic Plan 2022-2026 und Ziffer 2.2.2 AoL Report).

Die Studierenden sollen u.a. ihr Verständnis für den Zusammenhang zwischen Wirtschaft, Gesellschaft und ethischen Fragestellungen vertiefen. Verschiedene curriculare Elemente tragen zur Persönlichkeitsbildung der Studierenden bei. Dazu zählen beispielsweise das Modul *MBS Engagement* und die Lehrveranstaltung *Business and Society* des Moduls *Responsible Leadership in a Global Context* (alle Studiengänge; siehe auch Kapitel Curriculum (§ 12 Abs. 1 Sätze 1 bis 3 und 5 BayStudAkkV)).

Eine Weiterbildung der Studierenden in der deutschen Sprache würde nach Einsicht des Gutachtergremiums die künftige gesellschaftliche Mitwirkung von ausländischen Absolventinnen und Absolventen begünstigen. Zu diesem Zweck bietet die MBS bisher fakultative Deutschsprachkurse an. Die Hochschule könnte darüber nachdenken, diese Deutschsprachkurse verpflichtend in das Curriculum zu integrieren, um die ausländische Zielgruppe vollumfänglich auf ihre mögliche künftige zivilgesellschaftliche, politische und kulturelle Rolle in Deutschland vorzubereiten (siehe auch Kapitel Curriculum (§ 12 Abs. 1 Sätze 1 bis 3 und 5 BayStudAkkV)).

Die konsekutiven Studiengänge sind insbesondere als fachübergreifende Studiengänge ausgestaltet. Sie sind auf Basis mehrerer, studiengangsübergreifender Module im Bereich Management verankert, jeweils ergänzt um studiengangsspezifische Fach- und Methodenkenntnisse und -kompetenzen (respektive in den Bereichen Marketing und Markenführung, Entrepreneurship und Finanzen).

³ Die Zugangsvoraussetzungen sehen einen Abschluss in einem wirtschaftswissenschaftlichen Studiengang mit mindestens 210 ECTS-Leistungspunkten vor. Alternativ werden der Abschluss eines nichtwirtschaftswissenschaftlichen Studiengangs und der Nachweis von Kenntnissen im Umfang von mindestens 30 ECTS-Leistungspunkten im wirtschaftswissenschaftlichen Bereich akzeptiert. Das Eignungsverfahren inklusive Auswahlgesprächs ist in jedem Fall zu bestehen (siehe Kapitel Zugangsvoraussetzungen und Übergänge zwischen Studienangeboten (§ 5 BayStudAkkV)).

Entscheidungsvorschlag

Erfüllt.

Schlüssiges Studiengangskonzept und adäquate Umsetzung (§ 12 BayStudAkkV)

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

a) Studiengangsübergreifende Aspekte

Das didaktische Konzept der MBS orientiert sich an den Modulzielen und ermöglicht eine anwendungsorientierte und kritische Auseinandersetzung mit den jeweiligen Themengebieten. Das Kleingruppenkonzept mit einer Größe von meist 15 - 25 Studierenden gewährleistet die individuelle Förderung und Leistungsbeurteilung. Dieses Konzept unterstreicht auch die aktive Rolle der Studierenden bei der Gestaltung des Lehr- und Lernprozesses.

Die kleinen Semestergruppen heben die übliche Trennung zwischen Vorlesung, Übung und Tutorium auf. Prägende Lehr- und Lernform an der MBS ist der seminaristische Unterricht. Dieser integriert, in Abhängigkeit von den Lehr- und Lerninhalten und dem Lernfortschritt, verschiedene Lehr- und Lernmethoden:

- **Übungen:** Demonstration des Lehrstoffes anhand von Problemstellungen oder Fällen durch die Lehrperson und Erarbeitung in der Gruppe.
- **Fallstudien:** Regionale und internationale Fallstudien unterstützen den studentischen Lernprozess durch die Anwendung von theoretischen Kurselementen in praktischen Situationen sowie ggfs. durch die Beleuchtung von führenden Praktiken in relevanten Bereichen.
- **Diskussionen:** Die Arbeit in Kleingruppen ermöglicht die Diskussion und Erörterung von theoretischen Modellen und anderer Lehrinhalte. Dies vertieft die Kursinhalte.
- **Projektarbeiten:** In einem sich weitgehend selbst organisierenden Team führen Studierende Recherchen durch, bereiten und stellen Präsentationen vor, entwickeln und diskutieren Lösungsvorschläge und erarbeiten einen Abschlussbericht. Ein Teil der Projektarbeiten sieht auch eine praktische Umsetzung der entwickelten Konzepte vor.
- **Praxisprojekte:** Die Studierenden bearbeiten eine Projektarbeit in Zusammenarbeit mit einem Unternehmen. Unter der Leitung einer Professorin oder eines Professors der MBS arbeiten die Studierenden über zwei Semester hinweg an der Erstellung des Projektes. Mehrere Treffen und Zwischenpräsentationstermine gewährleisten eine kontinuierliche Überwachung des Fortschritts sowohl durch die Hochschule als auch durch das jeweilige Unternehmen (vgl. jeweiliges Modul *Project* im Modulhandbuch).
- **E-Learning:** Im Rahmen einer verfügbaren *Moodle*-Implementierung werden E-Learning-Elemente im Sinne eines *Blended Learning* integriert wie Onlinediskussionen und Foren.
- **Coaching überfachlicher Kompetenzen:** Jedes Modul widmet einen gewissen Teil der verfügbaren Zeit dem Ausbau von zuvor festgelegten überfachlichen Kompetenzen, die in enger Verbindung mit den Lehrveranstaltungsinhalten stehen.
- **Selbststudium:** Die Studierenden erarbeiten sich selbstständig die Lehrinhalte durch eigenständiges Skript- und Literaturstudium bzw. andere geeignete Medien.

Im Modul *MBS Engagement* (alle Studiengänge) engagieren sich Studierende außerhochschulisch. Sie haben freie Wahl ihres Engagements. Sie können beispielsweise in einer studentischen Initiative mitarbeiten, das MBS *Career Service* unterstützen, sich als studentische Vertretung engagieren oder extracurriculare Veranstaltungen planen, organisieren und unterstützen. Bezahlte

Tätigkeiten werden nicht unterstützt. Das Modul trägt dazu bei, die Kultur der MBS zu erhalten und die Persönlichkeitsentwicklung der Studierenden zu fördern. Die Studierenden entwickeln einen Sinn für Unternehmertum und wichtige Fähigkeiten zukünftiger verantwortungsbewusster und ethisch denkender Managerinnen und Manager / Unternehmerinnen und Unternehmer (vgl. Modulhandbuch).

Das dritte Semester integriert in jedem Studiengang das Abschlussmodul (Masterarbeit und Kolloquium) und einen fachspezifischen Auslandsaufenthalt (jeweils 15 ECTS-Leistungspunkte).

Das Auslandsstudium beträgt mindestens sieben Präsenzwochen. An der Auslandshochschule sind, je nach Ausrichtung des MBS-Studiengangs, zwei Module aus dem Bereich

- *International Marketing und Brand Management*,
- *Innovation und Entrepreneurship* bzw.
- *Finance*

zu wählen. Sind zum Erreichen von 15 ECTS-Leistungspunkten mehr als zwei Wahlpflichtmodule erforderlich, so müssen weitere Module aus den Bereichen

- *International Marketing und Brand Management, Internationale Betriebswirtschaftslehre oder Fremdsprachen / Kultur und Gesellschaft (Studiengang 01: International Marketing and Brand Management (M.A.))*,
- *Innovation und Entrepreneurship, Internationale Betriebswirtschaftslehre oder Fremdsprachen / Kultur und Gesellschaft (Studiengang 02: Innovation and Entrepreneurship (M.A.))* bzw.
- *Finance, Internationale Betriebswirtschaftslehre oder Fremdsprachen / Kultur und Gesellschaft (Studiengang 03: Finance (M.A.))*

belegt werden, bis mindestens 15 ECTS-Leistungspunkte erreicht sind. Weitere Module aus anderen Bereichen können vom Prüfungsausschuss auf Antrag genehmigt werden. Rechtzeitig vor Antritt des Auslandsstudiums sind die von der oder dem Studierenden zu belegenden Module im Rahmen einer Studienvereinbarung (*Learning Agreement*) vom Prüfungsausschuss zu genehmigen (vgl. § 7 Abs. 3 SPO).

Studierende, die mindestens ein Jahr zusammenhängend außerhalb des deutschsprachigen Raums studiert oder beruflich tätig gewesen sind, können auf Antrag das Auslandsstudium im dritten Semester durch ein fachbezogenes Praktikum (15 Wochen in Vollzeit) im deutschsprachigen Raum ersetzen (vgl. § 7 Abs. 4 ebd.). Die Studiengangsleitung, die Lehrenden und das Career Center stehen den Studierenden bei ihrer Suche nach einer geeigneten Praktikumsstelle beratend zur Verfügung.

Studierende, die den Auslandsaufenthalt absolvieren (bzw. das *Start-Up Project* im Studiengang 02: Innovation and Entrepreneurship (M.A.)) und zusätzlich Interesse an einem Praktikum haben, können auch ein fakultatives Praktikum durchführen (von zehn bis 30 Wochen) und optionale ECTS-Leistungspunkte erlangen. Interessierte Studierende können auch vom fakultativen Fremdsprachenangebot der MBS profitieren (z.B. in den Sprachen Deutsch und Chinesisch) (vgl. Modulhandbuch und Anlage 1 der jeweiligen SPO).

Im Studiengang 02: Innovation and Entrepreneurship (M.A.) können Studierende, die ein konkretes Start-Up-Projekt verfolgen, im dritten Semester auf Antrag das Auslandsstudium / das Praktikum auch durch das Modul *Start-Up Project* ersetzen. Der Antrag muss von der betreuenden Hochschullehrerin oder dem betreuenden Hochschullehrer unterstützt werden (vgl. § 7 Abs. 5 SPO).

b) Studiengangsspezifische Bewertung

Studiengang 01 International Marketing and Brand Management (M.A.)

Sachstand

Das Curriculum umfasst drei Semester, von denen die ersten beiden an der MBS stattfinden. In diesen beiden Semestern erwerben die Studierenden

- die notwendigen Fach- und Methodenkompetenzen in den Modulen des studienspezifischen **Schwerpunktes** (insgesamt 36 ECTS-Leistungspunkte).
- internationale Kompetenzen sowohl in betriebswirtschaftlicher Hinsicht als auch in Bezug auf Landeskunde in den Modulen des Bereichs **Internationale Betriebswirtschaft und Management** (insgesamt 12 ECTS-Leistungspunkte).
- überfachliche Kompetenzen und Qualifikationen in den Modulen des Bereichs **Führungs-kompetenzen** (insgesamt 12 ECTS-Leistungspunkte).

Zum **Schwerpunkt des Studiengangs** gehören die Module:

- *International Marketing and Brand Management*,
- *Customer Insights for Marketing and Brand Management*,
- *Integrated Brand Communication in a Digitalized World*,
- *Marketing of Innovations* und
- *International Marketing and Brand Management Project* (Studierende arbeiten selbstständig in kleinen Teams an realen Projekten, die von Unternehmen bei der MBS eingereicht werden).

Im studienspezifischen Schwerpunkt wählen die Studierenden zusätzlich zwei Wahlpflichtmodule aus fünf aus. Zur Auswahl stehen folgende Module:

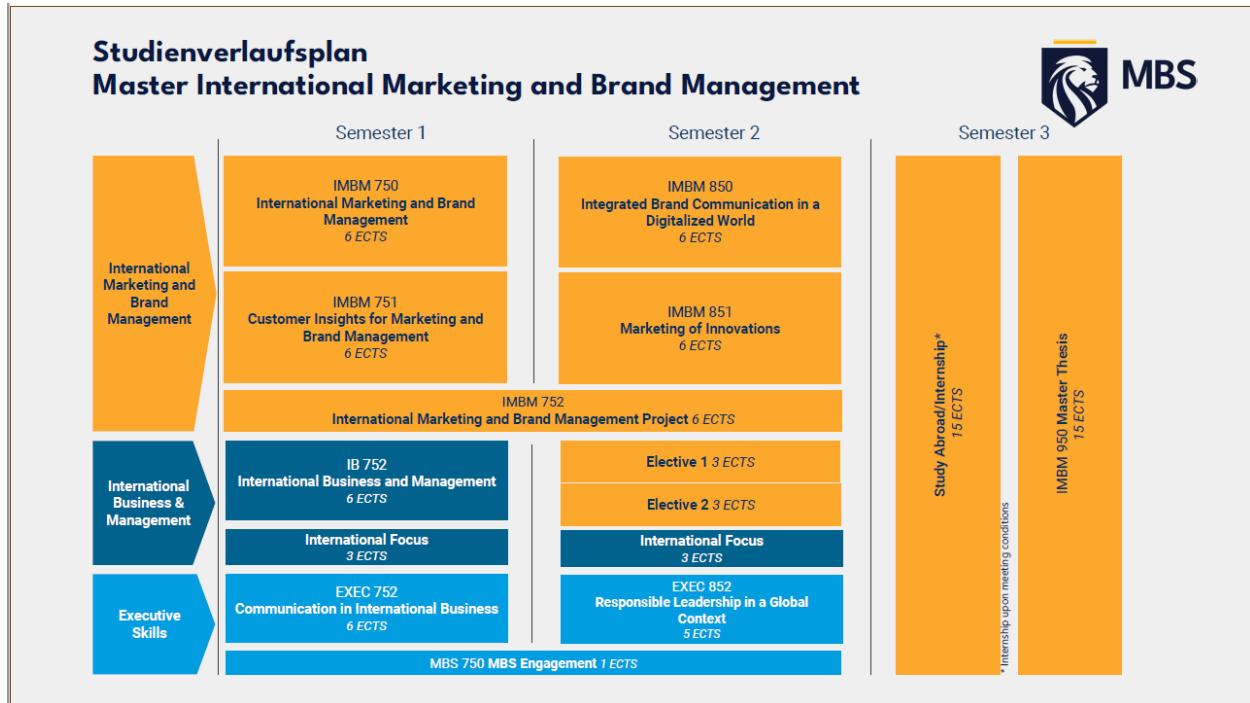
- *Psychology of Marketing*,
- *Brand Storytelling*,
- *Independent Research Project*,
- *Success Factor Happiness* und
- *Technology Trends*.

Der Bereich **Internationale Betriebswirtschaft und Management** umfasst das Modul *International Business and Management* und die zwei Module des Abschnitts *International Focus*. In den beiden letzteren Modulen wählen die Studierenden entsprechend ihren Landesinteressen jeweils ein Wahlpflichtmodul aus (beispielsweise mit Fokus auf Europa, Lateinamerika oder China).

Der Bereich **Führungs-kompetenzen** umfasst die Module

- *Communication in International Business*,
- *Responsible Leadership in a Global Context* und
- *MBS Engagement*.

Das Curriculum ist wie folgt aufgebaut:



Studiengang 02 Innovation and Entrepreneurship (M.A.)

Sachstand

Das Curriculum umfasst drei Semester, von denen die ersten beiden an der MBS stattfinden. In diesen beiden Semestern erwerben die Studierenden

- die notwendigen Fach- und Methodenkompetenzen in den Modulen des studienspezifischen **Schwerpunktes** (insgesamt 36 ECTS-Leistungspunkte).
- internationale Kompetenzen sowohl in betriebswirtschaftlicher Hinsicht als auch in Bezug auf Landeskunde in den Modulen des Bereichs **Internationale Betriebswirtschaft und Management** (insgesamt 12 ECTS-Leistungspunkte).
- überfachliche Kompetenzen und Qualifikationen in den Modulen des Bereichs **Führungs-kompetenzen** (insgesamt 12 ECTS-Leistungspunkte).

Zum studienspezifischen **Schwerpunkt** gehören die Module:

- Innovation and Entrepreneurship: Strategy and Business Design*,
- Ideation and Prototyping*,
- Scaling Startups and Innovation Projects*,
- Innovation and Business Creation and Management*,
- Innovation and Entrepreneurship Project* (Studierende arbeiten selbstständig in kleinen Teams an realen Projekten, die von Unternehmen bei der MBS eingereicht werden).

Im studienspezifischen Schwerpunkt wählen die Studierenden zusätzlich zwei Wahlpflichtmodule aus vier aus. Zur Auswahl stehen folgende Module:

- Technology Trends*,
- Understanding Social Startups*,
- Independent Research Project* und

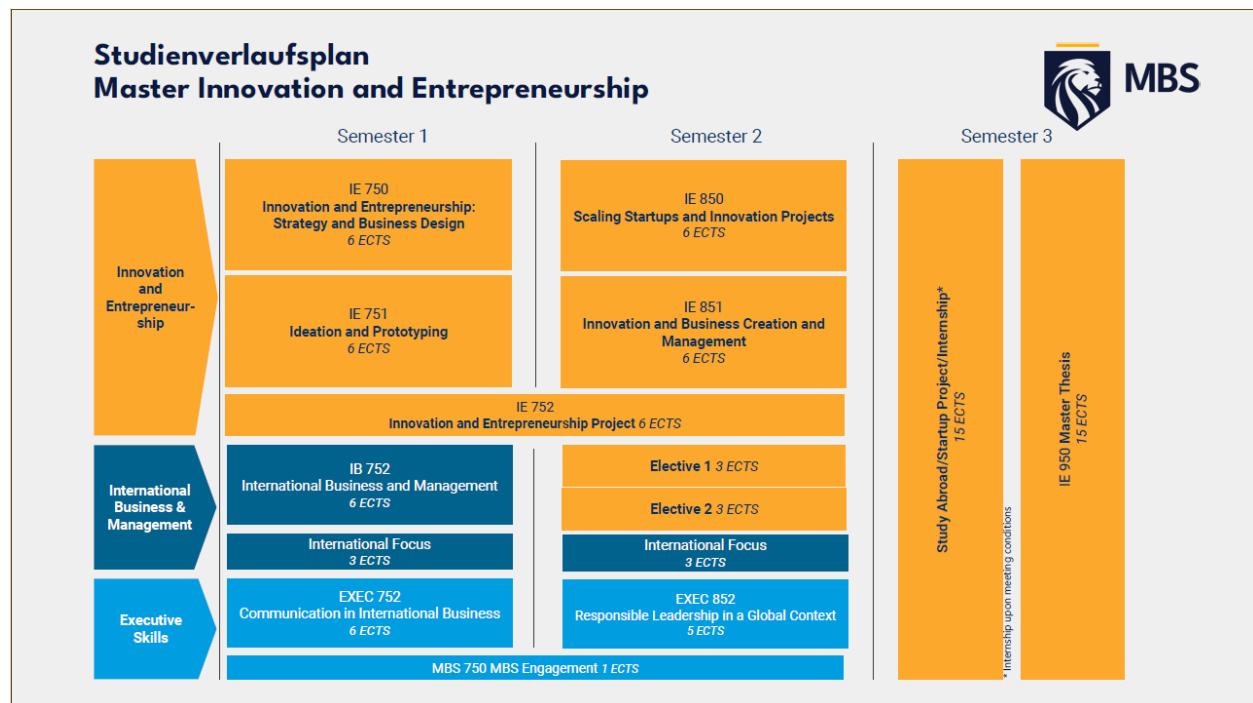
- *Success Factor Happiness.*

Der Bereich **Internationale Betriebswirtschaft und Management** umfasst das Modul *International Business and Management* und die zwei Module des Abschnitts *International Focus*. In den beiden letzteren Modulen wählen die Studierenden entsprechend ihren Landesinteressen jeweils ein Wahlpflichtmodul aus (beispielsweise mit Fokus auf Europa, Lateinamerika oder China).

Der Bereich **Führungskompetenzen** umfasst die Module

- *Communication in International Business,*
- *Responsible Leadership in a Global Context* und
- *MBS Engagement.*

Das Curriculum ist wie folgt aufgebaut:



Studiengang 03 Finance (M.A.)

Sachstand

Das Curriculum umfasst drei Semester, von denen die ersten beiden an der MBS stattfinden. In diesen beiden Semestern erwerben die Studierenden

- die notwendigen Fach- und Methodenkompetenzen in den Modulen des **Schwerpunktes des Studiengangs** (insgesamt 36 ECTS-Leistungspunkte).
- internationale Kompetenzen sowohl in betriebswirtschaftlicher Hinsicht als auch in Bezug auf Landeskunde in den Modulen des Bereichs **Internationale Betriebswirtschaft und Management** (insgesamt 12 ECTS-Leistungspunkte).
- überfachliche Kompetenzen und Qualifikationen in den Modulen des Bereichs **Führungskompetenzen** (insgesamt 12 ECTS-Leistungspunkte).

Zum studienspezifischen **Schwerpunkt** gehören die Module:

- *Corporate Financial Management and Reporting,*

- *Valuation & Investment Strategies*,
- *Global Finance & Risk Strategies*,
- *Innovative Finance: Sustainability and Technology*,
- *Finance Project* (Studierende arbeiten selbstständig in kleinen Teams an realen Projekten, die von Unternehmen bei der MBS eingereicht werden).

Im studienspezifischen Schwerpunkt wählen die Studierenden zusätzlich zwei Wahlpflichtmodule aus fünf aus. Zur Auswahl stehen folgende Module:

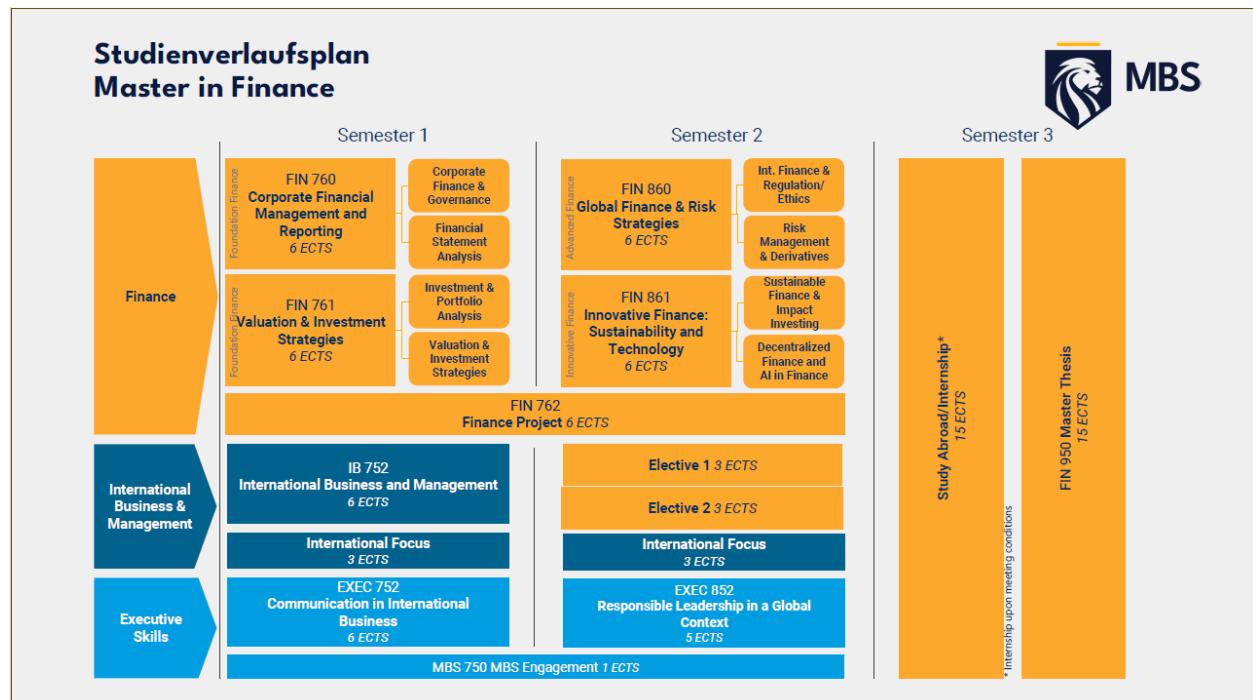
- *Private Equity and Venture Capital*,
- *Quantitative Business Methods for Finance*,
- *Bank Management*,
- *Consolidated Financial Statements* und
- *Independent Research Project*.

Der Bereich **Internationale Betriebswirtschaft und Management** umfasst das Modul *International Business and Management* und die zwei Module des Abschnitts *International Focus*. In den beiden letzteren Modulen wählen die Studierenden entsprechend ihren Landesinteressen jeweils ein Wahlpflichtmodul aus (beispielsweise mit Fokus auf Europa, Lateinamerika oder China).

Der Bereich **Führungskompetenzen** umfasst die Module

- *Communication in International Business*,
- *Responsible Leadership in a Global Context* und
- *MBS Engagement*.

Das Curriculum ist wie folgt aufgebaut:



Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Alle Studiengänge

Die Curricula sind unter Berücksichtigung der festgelegten Eingangsqualifikation und im Hinblick auf die Erreichbarkeit der Qualifikationsziele adäquat aufgebaut. Die befragten Studierenden fühlen sich auf Basis der vermittelten Lehr- und Lerninhalte und erworbenen Kompetenzen auf die Herausforderungen ihrer angestrebten beruflichen Praxis gut vorbereitet.

Das jeweilige Studiengangskonzept ist schlüssig. Alle drei Studiengänge sprechen eine internationale Zielgruppe an. Sie zielen u.a. darauf ab, Absolventinnen und Absolventen für den internationalen Arbeitsmarkt auszubilden (siehe auch Kapitel Besonderer Profilanspruch (§ 12 Abs. 6 BayStudAkkV)). Die Lehrsprache ist dementsprechend Englisch.

Um die Chancen der Absolventinnen und Absolventen auf dem deutschen Arbeitsmarkt nichtdes-
totrotz zu verbessern, bietet die Hochschule fakultative Deutschsprachkurse an. Studierende, die bereits ein Jahr zusammenhängend im Ausland studiert oder gearbeitet haben, können das Auslandsstudium durch ein Fachpraktikum im deutschsprachigen Raum ersetzen. Nach Darstellung der Verwaltungsmitarbeitenden entscheidet sich ein Großteil der Studierenden für diese Alternative. Im Rahmen des Praktikums erhalten die Studierenden wichtige praktische Einsichten. Sie können das Erlernte in konkreten Praxissituationen anwenden.

Einige der befragten Studierenden meldeten dem Gutachtergremium allerdings Schwierigkeiten bei ihrer Praktikumssuche in der DACH-Region aufgrund fehlender Qualifikation in der deutschen Sprache. Die Hochschule könnte überlegen, das bisherige freiwillige Angebot an Deutschsprachkursen verpflichtend in das jeweilige Curriculum zu integrieren. Alternativ könnte sie Kooperationen mit großen Unternehmen eingehen, sodass diese den Studierenden während der Praktikumsphase auch hinreichende Kapazität für den Besuch von (verpflichtenden) deutschen Sprachkursen einräumen. Eine verpflichtende Qualifikation in der deutschen Sprache würde die Praktikumssuche der ausländischen Studierenden erleichtern und die Integration der Absolventinnen und Absolventen in den deutschen Arbeitsmarkt fördern (siehe auch Kapitel Qualifikationsziele und Abschlussniveau (§ 11 BayStudAkkV)). So könnten Fachkräfte langfristiger eingebunden werden.

Die Qualifikationsziele, die Studiengangsbezeichnung, Abschlussgrad und -bezeichnung und das Modulkonzept sind jeweils stimmig aufeinander bezogen.

Das Studiengangskonzept umfasst jeweils vielfältige, an die jeweilige Fachkultur und das Studienformat angepasste Lehr- und Lernformen wie die Bearbeitung von Fallstudien sowie Projekt- und Praxisarbeiten. Die Hochschule strebt studiengangsübergreifend an, Studierende zur Entwicklung von kreativen und innovativen Lösungsansätzen zu befähigen. Zum vollumfänglichen Erreichen dieses Qualifikationsziels könnte die Hochschule den Studierenden mehr kreativitätsfördernde und inspirierende Lehr- und Lernräume zur Verfügung stellen (siehe Kapitel Ressourcenausstattung (§ 12 Abs. 3 BayStudAkkV)).

Die ausgewählten Lehrformen und die vorgesehenen Lehr- und Lerninhalte verzahnen in überzeugender Weise Theorie und Praxis. Sie unterstützen die Anwendungsorientierung der Studiengänge. Hierzu tragen z.B. das jeweilige Projektmodul (in Zusammenarbeit mit Unternehmen) und das Einbeziehen von Gastreferentinnen und -referenten aus der Praxis bei. Solche und ähnliche curriculare Elemente fördern die Berufsbefähigung der Absolventinnen und Absolventen.

Die Studiengänge beziehen die Studierenden aktiv in die Gestaltung von Lehr- und Lernprozessen ein. Sie eröffnen Freiräume für ein selbstgestaltetes Studium. Innerhalb des studiengangsspezifischen Schwerpunkts können Studierende jeweils zwei Wahlpflichtmodule nach eigenen Interessen belegen (siehe auch studiengangsspezifische Bewertung). Auch in den beiden Modulen *International Focus* können Studierende jeweils ein Modul mit internationaler Ausrichtung auswählen.

Insbesondere das Kleingruppenprinzip ermöglicht es den Studierenden, sich aktiv mit ihren Lehrerinnen auszutauschen und (Rück-) Fragen zu den Lehr- und Lerninhalten zu besprechen.

Studiengang 01 International Marketing und Brand Management (M.A.)

Im Schwerpunkt des Studiengangs belegen die Studierenden im zweiten Semester zwei Wahlpflichtmodule nach eigenen Interessen. Insgesamt stehen den Studierenden fünf Wahlpflichtmodule zur Auswahl.

Das Gutachtergremium hebt das Wahlpflichtmodul *Success Factor Happiness* aufgrund der Aktualität des Themas im betrieblichen Kontext positiv hervor. Die zur Auswahl stehenden Wahlpflichtmodule werden jedoch zum Großteil studiengangsübergreifend angeboten (Module *Independent Research Project, Success Factor Happiness, Technology Trends*). Sie ermöglichen den Studierenden hierdurch keine unmittelbare Vertiefung im fachspezifischen Schwerpunkt.

Anstelle von studiengangsübergreifenden Themen, sollten nach Erachten des Gutachtergremiums studiengangsspezifischere Wahlpflichtmodule angeboten werden. Eine stärkere Verankerung des Wahlpflichtangebots im thematischen Schwerpunkt des Studiengangs würde den Studierenden detailliertere Einblicke und eine fachspezifischere Schwerpunktsetzung ermöglichen.

Studiengang 02 Innovation and Entrepreneurship (M.A.)

Im Schwerpunkt des Studiengangs belegen die Studierenden im zweiten Semester zwei Wahlpflichtmodule nach eigenen Interessen. Insgesamt stehen den Studierenden vier Wahlpflichtmodule zur Auswahl.

Das Gutachtergremium hebt das Wahlpflichtmodul *Success Factor Happiness* aufgrund der Aktualität des Themas im betrieblichen Kontext positiv hervor. Die zur Auswahl stehenden Wahlpflichtmodule werden jedoch zum Großteil studiengangsübergreifend angeboten (Module *Independent Research Project, Success Factor Happiness, Technology Trends*). Sie ermöglichen den Studierenden keine unmittelbare Vertiefung im fachspezifischen Schwerpunkt.

Anstelle von studiengangsübergreifenden Themen, sollten nach Erachten des Gutachtergremiums studiengangsspezifischere Wahlpflichtmodule angeboten werden. Eine stärkere Verankerung des Wahlpflichtangebots im thematischen Schwerpunkt des Studiengangs würde den Studierenden detailliertere Einblicke und eine fachspezifischere Schwerpunktsetzung ermöglichen.

Studierende, die ein konkretes Start-Up-Projekt verfolgen, können im dritten Semester auf Antrag das Auslandsstudium durch das Modul *Start-Up Project* ersetzen. Diese Alternative ist sinnvoll in das Curriculum integriert. Sie ermöglicht es den Studierenden, schon vor Abschluss ihres Studiums an ihrem konkreten Start-Up-Projekt zu arbeiten.

Studiengang 03 Finance (M.A.)

Das vorgesehene Curriculum ermöglicht das Erreichen der festgelegten Qualifikationsziele. Das Curriculum umfasst relevante Finanzthemen wie *Corporate Financial Management* und *Reporting*. Das Curriculum integriert zudem moderne Inhalte des hochaktuellen Themenbereichs *Digital*

Finance (z.B. *Machine Learning* und *Blockchain Technology* im Modul *Innovative Finance: Sustainability and Technology*).

Weitere einschlägige Themen wie *Asset Pricing* und *Global Financial Markets* werden bisher jedoch nicht exhaustiv im Curriculum berücksichtigt. Solche Themen sollten dringend als verpflichtende Module in das Curriculum integriert werden, um die vollumfängliche Ausbildung der Studierenden in diesen Bereichen sicherzustellen.

Ebenso dringend sollten mehr Module mit quantitativer Ausrichtung angeboten werden (z.B. *Investment Management*, *Derivative*, *Financial Statistics* und *Econometrics*). Solche Themen könnten beispielsweise als Wahlpflichtmodule in das Curriculum integriert werden. Interessierte Studierende könnten so weiterführende Kenntnisse von relevanten quantitativen Methoden erwerben und sich in diesem Bereich spezialisieren.

Den Studierenden stehen bisher fünf Wahlpflichtmodule zur Auswahl. Der Großteil dieser Wahlpflichtmodule ist im spezifischen Themenbereich des Studiengangs verankert. Studierende können einen fachlichen Schwerpunkt entsprechend ihren eigenen Neigungen und Berufsinteressen legen.

Entscheidungsvorschlag

Alle Studiengänge

Erfüllt.

Studiengänge 01 International Marketing and Brand Management (M.A.) und 02 Innovation and Entrepreneurship (M.A.)

Das Gutachtergremium gibt folgende Empfehlung: *Die Hochschule sollte studiengangsspezifische Themen als Wahlpflichtmodule anbieten.*

Studiengang 03 Finance (M.A.)

Das Gutachtergremium gibt folgende Empfehlungen: *Die Hochschule sollte*

- *einschlägige Themen wie Asset Pricing und Global Financial Markets als verpflichtende Module in das Curriculum integrieren.*
- *mehr Module mit quantitativer Ausrichtung in das Curriculum integrieren.*

Mobilität (§ 12 Abs. 1 Satz 4 BayStudAkkV)

Studiengangsübergreifende Aspekte

Sachstand

Studien- und Prüfungsleistungen, die in anderen Studiengängen oder an anderen Hochschulen im In- oder Ausland erbracht worden sind, werden auf Antrag anerkannt, sofern kein wesentlicher Unterschied zu den Leistungen besteht, die ersetzt werden (siehe Kapitel Anerkennung und Anrechnung (Art. 2 Abs. 2 StAkkrStV)).

Ein Mobilitätsfenster ist in das Curriculum aller drei Studiengänge integriert (jeweils im dritten Semester) (vgl. § 7 Abs. 3 jeweilige SPO). Rechtzeitig vor Antritt des Auslandsstudiums sind die von der oder dem Studierenden zu belegenden Module im Rahmen einer Studienvereinbarung (*Learning Agreement*) vom Prüfungsausschuss zu genehmigen (vgl. ebd.).

Das jeweilige Curriculum bereitet die Studierenden auch fachlich und inhaltlich auf das Auslandsstudium vor. Dies erfolgt z.B. durch das englischsprachige Kursangebot, Fremdsprachkurse und die vermittelten interkulturellen Inhalte.

Die Hochschule pflegt Partnerschaften mit weltweit mehr als 60 ausländischen Hochschulen auf Bachelor- und Masterniveau, u.a. im Rahmen des Erasmus+ Programms. Für die drei zur Akkreditierung beauftragten Studiengänge hat die Hochschule eine Liste der wählbaren Partnerhochschulen eingereicht (vgl. Übersicht *Partner Universities 2025/2026*). Im Rahmen dieser Partnerschaften erfolgt ein regelmäßiger Dozentinnen- und Dozentenaustausch.

Bei der Auswahl ihrer Partnerhochschulen achtet die Hochschule nicht nur auf die Qualität der jeweiligen Einrichtung, sondern auch auf die inhaltliche Ausgestaltung des Kursangebotes. Sie stellt auf dieser Weise sicher, dass die im Ausland belegten Lehrveranstaltungen das Programmangebot der MBS inhaltlich sinnvoll ergänzen. Die Abstimmung der Organisation und der Lehrinhalte erfolgt in regelmäßigen bilateralen oder multilateralen Treffen.

Das *International Center* der Hochschule unterstützt Studierende bei der Organisation ihres Auslandsaufenthaltes z.B. in Form von:

- Informationsveranstaltungen, auch virtuell mit den Partnerhochschulen;
- Informationsressourcen (u.a. über die Online Datenbank *MoveOn* mit Informationen zu den Partnerhochschulen und *Dual Degree Guides*);
- einer eigenen *Study Abroad* Internetseite⁴ (u.a. mit Informationen zu Anforderungen, (zeitlichem) Ablauf und möglichen Stipendien);
- individuellen Beratungsgesprächen und
- durch eine Kontaktherstellung zu Absolventinnen und Absolventen bzw. Studierenden aus höheren Semestern.

In den Studiengängen 01: International Marketing and Brand Management (M.A.) und 02: Innovation and Entrepreneurship (M.A.) können Studierende auch einen sogenannten *Dual Degree* an ausgewählten Partnerhochschulen absolvieren (siehe Kapitel Hochschulische Kooperationen (§ 20 BayStudAkkV)).

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Die Hochschule hat förderliche Maßnahmen getroffen, um die studentische Mobilität zu ermöglichen. Sie unterstützt Auslandsaufenthalte im Rahmen verschiedener Kooperationen mit ausländischen Hochschulen (z.B. durch ihre Teilnahme am Erasmus+ Programm).

Das Gutachtergremium begrüßt die feste Integration eines Mobilitätsfensters im jeweiligen Curriculum. Für Studierende, die bereits Studien- oder Praxiserfahrung im Ausland gesammelt haben, stehen auch geeignete Alternativen zur Auswahl (siehe Kapitel Curriculum (§12 Abs. 1 Sätze 1 bis 3 und 5 BayStudAkkV)).

Das dritte Studiensemester (alle Studiengänge) umfasst jeweils das Auslands- und Abschlussmodul. Nach Darstellung der befragten Studierenden sei das gleichzeitige Belegen beider Module sehr zeitintensiv. Aus diesem Grund würde sich ein Teil von ihnen dafür entscheiden, zuerst das Auslandssemester zu absolvieren und das Abschlussmodul erst im Anschluss. Um Zeitverluste möglichst zu vermeiden, regt das Gutachtergremium die Hochschule und die Mitarbeitenden des

⁴ vgl. <https://www.munich-business-school.de/en/mbs/international/study-abroad-portal> [Letzter Zugriff: 27.03.2025].

International Center dazu an, den hohen Zeitanspruch des dritten Semesters schon in der Planungsphase des Auslandsaufenthalts an die Studierenden zu kommunizieren.

Studien- und Prüfungsleistungen ausländischer Hochschulen werden gemäß der Lissabon Konvention anerkannt (siehe Kapitel Anerkennung und Anrechnung (Art. 2 Abs. 2 StAkkrStV)). Die Hochschule hat dem Gutachtergremium beispielhafte *Learning Agreements* zur Durchsicht vorgelegt.

Das *International Center* steht den Studierenden bei Fragen zu Auslandsaufenthalten zur Verfügung. Die Studierenden fühlen sich hinreichend unterstützt und bei Fragen individuell betreut.

Entscheidungsvorschlag

Erfüllt.

Personelle Ausstattung (§ 12 Abs. 2 BayStudAkkV)

Studiengangsübergreifende Aspekte

Sachstand

Die Berufung von Professorinnen und Professoren an der MBS ist in der Berufungsordnung geregelt (vgl. Berufungsordnung für Professorinnen und Professoren und Verfahrensverordnung für die Bestellung von Honorarprofessorinnen und Honorarprofessoren an der Munich Business School). Die Berufung orientiert sich an Art. 66 des Bayerischen Hochschulinnovationsgesetzes (BayHIG). Die Berufungsordnung regelt u.a. den Berufungsausschuss und den Ablauf des Berufungsverfahrens. Sie regelt auch die Voraussetzungen und das Antragsverfahren für die Berufung von Honorarprofessorinnen und -professoren.

In den drei Studiengängen werden hauptberuflich lehrende Professorinnen und Professoren sowie nebenberuflich tätige Lehrbeauftragte eingesetzt. Die externen Lehrbeauftragten sind zum Teil Professorinnen und Professoren sowie Dozentinnen und Dozenten anderer Hochschulen. Die weiteren Lehrbeauftragten sind Expertinnen und Experten aus der Praxis, die über eine entsprechende wissenschaftliche Qualifikation ebenso verfügen sollen wie über die notwendigen pädagogisch-didaktischen Qualitäten. Zur Beurteilung der Qualifikationen des Lehrpersonals hat die Hochschule Lebensläufe eingereicht (vgl. Angaben zur Qualifikation der Lehrenden).

Die Lehrquoten der beiden bereits bestehenden Studiengänge sehen wie folgt aus (vgl. jeweilige Lehrquote und Lehrverflechtungsmatrix):

- Studiengang 01: International Marketing and Brand Management (M.A.): 54,9 % hauptamtlich lehrende Professorinnen und Professoren bei insgesamt zehn hauptberuflich und 17 nebenberuflich tätigen Lehrenden.
- Studiengang 02: Innovation and Entrepreneurship (M.A.): 62 % hauptamtlich Lehrende Professorinnen und Professoren bei insgesamt 12 hauptamtlich und 19 nebenberuflich tätigen Lehrenden.

Der Studiengang 03: Finance (M.A.) wird erstmalig zum Wintersemester 2025/26 angeboten. Die vorgesehene professorale Lehrquote beträgt bisher 60,8 % bei insgesamt acht hauptamtlich und zehn nebenberuflich tätigen Lehrenden (vgl. Lehrquote und Verflechtungsmatrix). Eine nebenberufliche Stelle ist noch nicht besetzt (vgl. Lehrverflechtungsmatrix). Der Senat der Hochschule hat zudem die Berufung zweier weiteren Professuren zum Wintersemester 2025/26 beschlossen:

- In der Planung ist eine Professur in *Finance* (1 Vollzeitäquivalent (VZÄ)) vorgesehen.

- Eine Professur in *Accounting* ist zum Januar 2025 mit einer Vertretungsprofessur in Teilzeit (12 SWS, 67 %) besetzt. Diese soll mit der Ausschreibung auf einen VZÄ ausgebaut und regulär besetzt werden.

Die entsprechenden Ausschreibungstexte sind mit einem Bewerbungsschluss zum 15. Januar 2025 vorbereitet (vgl. Ausschreibungen Professuren Finance and Accounting).

Für ihre Lehrenden hat die MBS ein *Faculty Qualification Model* entwickelt. Die Fakultätsmitglieder (Professorenschaft und Lehrbeauftragte) werden in diesem Modell anhand zweier Dimensionen klassifiziert:

- Die eine Dimension bildet die erlangte initiale akademische Qualifikation und die nachgewiesene einschlägige Berufserfahrung ab.
- Die zweite Dimension bildet das anhaltende Engagement in Forschung und / oder beruflicher Praxis ab.

Die Fakultätsmitglieder werden anhand dieser Dimensionen in vier Kategorien unterteilt (vgl. S. 25 Selbstbericht):

Initiale Erfahrung und Qualifikation	Berufserfahrung (substanziell in Dauer und Umfang der Verantwortung)	Anhaltendes Engagement	
		Forschungs-aktivitäten	Berufspraktische Tätigkeiten
Promotion	Scholarly Practitioners (SP)	Instructional Practitioners (IP)	
		Scholarly Academics (SA)	Practice Academics (PA)

Die Klassifikation der Lehrenden ist nicht statisch. Stattdessen ist es für die Lehrenden erforderlich, ihre wissenschaftliche Qualifikation bzw. Kenntnisse der Berufspraxis durch anhaltendes Engagement zu bestätigen. Die Hochschule hat folgende Kriterien für die einzelnen Kategorien erarbeitet und verabschiedet (vgl. ebd.):

Scholarly Practitioner (SP)		Instructional Practitioner (IP)	
Faculty members with significant professional experience who sustain currency and relevance through continued professional activities and research activities related to their professional experience.		Faculty members with significant professional experience who sustain currency and relevance through continued professional activities related to their professional experience.	
Initial Qualification	Master's Degree or equivalent degree in the primary field of teaching; significant professional experience relevant to the primary field of teaching	Initial Qualification	Master's Degree or equivalent degree in the primary field of teaching; significant professional experience relevant to the primary field of teaching
Sustained Engagement	5 research activities within the last 5 years in the primary field of teaching. At least 1 of them must be a publication in a peer-reviewed journal* or a peer-reviewed book chapter or a peer-reviewed case study.	Sustained Engagement	5 professional activities within the last 5 years in the primary field of teaching.
Scholarly Academic (SA)		Practice Academic (PA)	
Faculty members with a doctoral degree who sustain currency and relevance through research activities .		Faculty members with a doctoral degree who sustain currency and relevance through professional activities and applied research activities related to their professional experience.	
Initial Qualification	Relevant Doctoral Degree	Initial Qualification	Relevant Doctoral Degree
Sustained Engagement	5 research activities within the last 5 years in the primary field of teaching. At least 2 of them must be a publication in a peer-reviewed journal* or a peer-reviewed book chapter or a peer-reviewed case study (in accordance with AACSB guidelines, faculty members who earned their doctorates within the last 5 years are regarded as SA).	Sustained Engagement	5 research or professional activities within the last 5 years in the primary field of teaching. At least 3 of them must be professional activities.

*Peer-reviewed in journals from the most recent versions of: VBH-JOURQUAL, ABS Academic Journal Guide, ABDC Ranking or other recognized national rankings for business and management journals or recognized rankings of other research disciplines for interdisciplinary contributions (normally with an SCImago Journal Rank/SJR Indicator).

Die einzelnen genannten Aktivitätstypen liegen jeweils detaillierte Untertypen zugrunde. Begutachtete Zeitschriftenpublikationen oder wissenschaftliche Vorträge weisen z.B. *Forschungsaktivitäten* nach, während Managementpositionen oder Aufsichtsratsmitgliedschaften Beispiele für *berufspraktische Tätigkeiten* sind. Ein Fakultätsmitglied, das keiner der vier definierten Kategorien zugeordnet werden kann, klassifiziert die MBS als *Additional Faculty*. Die Hochschule betrachtet hierbei einen rollierenden Fünfjahreszeitraum.

Um ein ausgewogenes Verhältnis von Wissenschafts- und Praxisorientierung zu erzielen, strebt die Hochschule eine Verteilung der Lehre wie folgt an:

- Mindestens 40 % der Lehre (bezogen auf die erteilten akademischen Stunden) soll durch als *Scholarly Academics* qualifizierte, forschungsaktive Lehrpersonen erteilt werden.
- Mindestens 40 % der Lehre soll durch Lehrende mit aktuellen praktischen Erfahrungen, *Practice Academics* und *Instructional Practitioners* qualifizierte Lehrpersonen angeboten werden.
- Weniger als 10 % der Lehre soll durch als *Additional Faculty* qualifizierte Lehrpersonen geleistet werden.

Auf dieser Basis profitieren Studierende stets von aktuellen wissenschaftlichen Inhalten und der aktuellen Praxiserfahrung ihrer Lehrenden.

Die Professorinnen und Professoren der MBS sind regelmäßig in Forschungsaktivitäten eingebunden. Die MBS hat Forschungsgruppen gebildet zu den Themen (vgl. Research Report Academic Year 2022-2023):

- *International Business*,
- *Digital Transformation*,

- *Marketing & Communication,*
- *Innovation & Entrepreneurship,*
- *Leadership & Responsibility.*

Die Forschungsaktivitäten des Lehrpersonals werden regelmäßig im hochschuleigenen Forschungsbericht festgehalten (vgl. ebd.).

Um ihr Personal fachlich und persönlich weiter zu qualifizieren und die Qualität der Lehre stetig zu verbessern, bietet die Hochschule Weiterbildungsmaßnahmen an. Den Lehrenden steht dafür ein individuelles Budget zur Verfügung.

Neben individuellen Trainings, Coachings und thematischen Workshops können die Hochschulmitarbeitenden auch an externen und hochschuleigenen Seminaren teilnehmen. Die Lehrenden haben nach eigener Darstellung z.B. an einer externen Schulung zum Thema *Case Studies Design* teilgenommen. Hochschuleigene Weiterbildungsformate umfassen beispielsweise den zweijährlichen MBS Tag der Lehre (*Teaching Day*, zuletzt zum Thema KI in der Lehre) und *Inspirational Teaching Sessions* (jährliche Workshops zu Innovationen in der Lehre). Auch die nebenberuflichen Lehrenden können das Weiterbildungsangebot der MBS in Anspruch nehmen.

Das Lehr- und Verwaltungspersonal kann zusätzlich von einem externen Unternehmen zum *Mental Health First Aider* ausgebildet werden. Nach Aussage der Verwaltungsmitarbeitenden haben bisher acht Mitarbeitende der MBS diese Ausbildung absolviert.

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Die Quantität des Lehrpersonals ist hinreichend, um die Studiengänge angemessen durchzuführen. Die professorale Lehrquote überwiegt in allen drei Studiengängen. Dies trifft auch auf den zur Konzeptakkreditierung vorliegenden Studiengang 03: Finance (M.A.) zu. Das Gutachtergremium unterstützt ausdrücklich das Vorhaben der Hochschule, zwei neue Professuren in den Bereichen *Accounting* und *Finance* zum Start des Studiengangs zu berufen. Das Verfahren zur Stellenbesetzung orientiert sich an den landesrechtlichen Vorgaben und ist in einer hochschuleigenen Berufungsordnung geregelt.

Das Lehrpersonal weist geeignete fachliche und methodisch-didaktische Expertise auf. Davon hat sich das Gutachtergremium anhand der eingereichten Lebensläufe und durch Gespräche mit den Lehrenden überzeugt. Viele, auch externe, Lehrende bringen zudem einschlägige Praxiserfahrung gewinnbringend in ihre Lehre mit ein. Sie unterstützen hierdurch die Anwendungsorientierung der Studiengänge. Das eingesetzte *Faculty Qualification Model* der MBS motiviert die Lehrenden dazu, fortlaufend in der Forschung und / oder der beruflichen Praxis aktiv zu bleiben.

Die Studierenden fühlen sich vom Lehrpersonal sehr gut betreut. Sie loben ihre Ansprechbarkeit und Studierendenorientierung. Die Lehrenden unterstützen Studierende beispielsweise persönlich bei der Suche nach geeigneten Praktikums- oder Einstiegsstellen (siehe auch Kapitel Ressourcenausstattung (§ 12 Abs. 3 BayStudAkkV)).

Die Verbindung von Forschung und Lehre ist in den Studiengängen gewährleistet: Die eingesetzten Professorinnen und Professoren lassen aktuelle und eigene Forschung in ihre Lehre einfließen. Sie besprechen z.B. aktuelle Forschungsergebnisse und wissenschaftliche Publikationen mit ihren Studierenden und thematisieren (internationale) Fallstudien. Nach Darstellung der Lehrenden und Studiengangsleitungen stehen ihnen neben ihren Lehraufgaben hinreichend Zeit für eigene Forschung zur Verfügung. Die Forschungsaktivitäten der Lehrenden werden im hochschuleigenen Forschungsbericht veröffentlicht. Das Gutachtergremium erhielt vor Ort einen Einblick in den Forschungsbericht des akademischen Jahres 2023-24.

Die Hochschule ergreift geeignete Maßnahmen zur Weiterqualifizierung des Lehrpersonals. Die Lehrenden können sowohl an externen als auch an internen Weiterbildungsangeboten (z.B. *MBS Teaching Day*) teilnehmen. Den Lehrenden steht ein Weiterbildungsbudget zur Verfügung; sie können sich bei Bedarf freistellen lassen. Die Lehrenden äußerten sich positiv zum Weiterbildungsangebot. Sie fühlen sich gut eingebunden und können auch Verantwortung für ihre Fort- und Weiterbildung übernehmen.

Die angebotenen Fort- und Weiterbildungen umfassen neben fachlichen und methodisch-didaktischen Kompetenzen auch Aspekte der psychischen Gesundheit (z.B. Ausbildung zum *Mental Health First Aider*). Dies fördert die angemessene Betreuung der Studierenden durch das Lehr- und Verwaltungspersonal.

Auch externe Lehrende können vom Weiterbildungsangebot der MBS profitieren. Die befragten Lehrenden erwähnten beispielhaft den Fall einer externen Lehrperson, die, trotz vorheriger Lehrerfahrung, schlechte Bewertungen zum didaktischen Teil ihrer Lehre bekam. Die betroffene Person erhielt ein entsprechendes Weiterbildungsangebot und konnte auf dieser Basis ihre pädagogischen Kompetenzen ausbauen.

Entscheidungsvorschlag

Erfüllt.

Ressourcenausstattung (§ 12 Abs. 3 BayStudAkkV)

Studiengangsübergreifende Aspekte

Sachstand

Folgende Serviceleistungen stehen Studienbewerberinnen und -bewerbern sowie Studierenden zur Verfügung:

- **Die Studienberatung informiert** Studieninteressentinnen und -interessenten im Rahmen persönlicher Beratungen (Telefon, E-Mail, WhatsApp / WeChat, vor Ort) sowie Messe- und Informationsveranstaltungen. Sie unterstützt interessierte Personen bei ihrer Studienbewerbung.
- **Das Zulassungsbüro (Admissions) unterstützt und berät** Studierende beim Bewerbungsverlauf und der Immatrikulation sowie ggfs. bei der Beantragung eines Studierendenvisums.
- **Die für die Programmkoordination zuständigen Mitarbeitenden unterstützen** die jeweilige Studiengangsleitung in organisatorischen und administrativen Fragen. Sie sind Ansprechpersonen für Studierende während des Studiums. Sie vermitteln zwischen Studierendenschaft und Lehrpersonal.
- **Der Bereich Service und Administration übernimmt** alle administrativen Fragestellungen. Während der Vorlesungszeiten ist der Empfang von 08:00 bis 22:00 Uhr besetzt.
- **Das International Center pflegt** Beziehungen zu internationalen Partnerhochschulen. Es unterstützt ausländische (Austausch-) Studierende bei ihrem Aufenthalt in Deutschland bzw. ihrem Studium an der MBS. Es hilft allen Studierenden bei der Planung und Durchführung eines Auslandsaufenthaltes (siehe auch Kapitel Mobilität (§ 12 Abs. 1 Satz 4 BayStudAkkV)).
- **Das Career Center berät** Studierende bei Praktika und Karriereplanung durch ein persönliches Beratungs- und Schulungsangebot. Es pflegt Beziehungen zu Unternehmen.

- **Die Mitarbeitenden des Rechnungswesens beantworten** u.a. Fragen zu Studiengebühren. Sie sind für die Administration von Stipendien zuständig.

Der Großteil der Serviceeinrichtungen ist von Montag bis Freitag von 09:00 bis 17:00 Uhr erreichbar (telefonisch, per E-Mail oder persönlich an der MBS). Studierende können jederzeit einen Beratungstermin vereinbaren.

Zu Studienbeginn stellen sich die einzelnen Abteilungen den Studierenden vor. Informationen zu den einzelnen Abteilungen sowie Dokumente zum Download stehen den Studierenden zusätzlich im Intranet, *Virtual Campus* sowie *Moodle* zur Verfügung. Veranstaltungen, Änderungen im Serviceangebot und Bekanntmachungen erfahren Studierende über diese verschiedenen Kanäle.

Die Hochschule mietet langfristig eine 4.089 m² Fläche in München. Die vier Stockwerke des Gebäudes umfassen neben den Büros der Mitarbeitenden und festangestellten Lehrenden auch:

- 23 Seminarräume von unterschiedlicher Größe, die den Anforderungen an unterschiedlichen Gruppengrößen gerecht werden (von Kleinstgruppen bis hin zu Gastvorträgen mit bis zu 90 Teilnehmenden),
- drei größere Hörsäle und
- einen Computerraum mit 24 Geräten.

Zusätzlich stehen den Studierenden weitere Räumlichkeiten zur Verfügung:

- die Bibliothek (siehe unten);
- ein *Study Room*;
- das *Study Center*, indem Studierende einzeln oder in Gruppen arbeiten können;
- die *MBS Lounge* mit einer Küchenzeile, einem Kaffee- und einem Wasserspender, Arbeitsplätzen und Spielgeräten sowie
- die von der Firma *Ernst & Young* (EY) gesponserte *EY Lounge*, die ebenfalls über eine Küchenzeile, Sitzgelegenheiten und Stehtische verfügt.

Über den Raumplan können sich die Studierenden über freie Räume informieren und diese für Gruppenarbeiten oder zum Selbststudium nutzen. Der Raumplan ist sowohl online über den *Virtual Campus* als auch über Infomonitore im Gebäude einsehbar. Die Bibliothek, die *MBS Lounge* und alle Räumlichkeiten des ersten Stockes sind allen Studierenden durchgängig über ein elektronisches Schließsystem zugängig.

Die MBS verfügt über folgende digitale Infrastruktur:

- W-LAN-Anbindung im gesamten Hochschulgebäude;
- Persönliche E-Mail-Adresse und Netzordner für alle Studierenden;
- Web-basiertes Intranet (sogenannter *Virtual Campus*) für Studierende, Dozentinnen, Dozenten und Verwaltungsmitarbeitende mit Zugang zu Studienplänen, Vorlesungsdaten, E-Learning-Plattform, Online-Datenbanken, News, Lehrevaluationen usw.;
- IT-System *OKuMA* (Online-Kundenmanagement) zur Datenverwaltung von Studierenden und Mitarbeitenden, Stundenplanung, statistischen Datenauswertung usw.;
- E-Learning-Plattform *Moodle* zur Umsetzung digitaler Lern- und Lehrformate (z.B. Lehrvideos) sowie digitaler Weiterbildungsmaßnahmen für Mitarbeitende der *ESO Education Group*;
- Study-Abroad-Portal *MoveOn* mit Informationen rund um das Auslandsstudium, z.B. Partnerhochschulen, Anmeldeprozess, Finanzierungsmöglichkeiten und Kontaktpersonen;

- Verwaltungsinternes *Wiki* sowie *Microsoft-Teams*-Plattform zur Abbildung interner Prozessabläufe, zentraler Dokumente, Projekte usw.

Moderne Print- und Kopiertechniken stehen Mitarbeitenden und Studierenden zur Verfügung. Studierende erhalten mit ihrem als Chipkarte ausgelegten Studierendenausweis Zugang zum Kopier- und Drucksystem der MBS mit hochwertigen Farb-Geräten.

Studierende können, auch außerhalb der Vorlesungszeiten, Lautsprecher, mobile Beamer, Präsentationstechnik u.Ä. am Empfang der Hochschule ausleihen. Neben dem Computerraum haben sie auch Zugang zu zwei PCs für Recherchezwecke in der Bibliothek sowie Laptops zur Ausleihe.

Der IT-Service betreibt die Informations- und Kommunikationssysteme der MBS. Er steht den Studierenden bei IT-bezogenen Fragen zur Verfügung. Eine allgemeine Einführung in die IT-Systeme der Hochschule erfolgt zu Semesterbeginn.

Die Studierenden und das wissenschaftliche Personal haben Zugang zu folgenden physischen und digitalen Bibliothekressourcen:

- die Bayerische Staatsbibliothek, eine der größten Bibliotheken Europas. Diese bietet eine digitale Sammlung mit über 105 Millionen Medien, darunter E-Books, wissenschaftliche Zeitschriften und Datenbanken, die registrierten Nutzerinnen und Nutzern von überall aus zugänglich sind. Die Lesesäle und das Gebäude der Staatsbibliothek sind von der MBS aus in etwa 20 Minuten mit öffentlichen Verkehrsmitteln erreichbar.
- die physische Bibliothek der MBS. Diese umfasst etwa 2.400 Bücher und Zeitschriften. Sie bietet 25 Lese- und Arbeitsplätze. Da die Bibliothek immer seltener benutzt wird, sind keine Erweiterungen geplant. Der Schwerpunkt liegt stattdessen auf dem Ausbau der digitalen Ressourcen.

Relevante Lehrbücher sind teilweise über die Lernplattform *Moodle* digital zugänglich.

Die Mitglieder der Hochschule haben auch Zugang zu folgenden Online-Datenbanken:

- *EBSCO*, eine der weltweit führenden wirtschaftswissenschaftlichen Forschungsdatenbanken. Das derzeitige Paket *EBSCO Source Premier* bietet Volltexte aus 2.300 Fachzeitschriften, darunter 1.100 wissenschaftlich begutachtete wirtschaftswissenschaftliche Journals sowie zahlreiche Marktforschungsberichte, Branchenanalysen und Unternehmensprofile. Die *EBSCO eBook Business Collection* umfasst über 28.000 englischsprachige E-Books zu Themen wie Marketing, Finanzen, Supply Chain Management und Unternehmertum.
- *Statista*, das weltweit größte Online-Statistik-Portal, welches Zugang zu relevanten Daten aus 18.000 Quellen in deutscher und englischer Sprache bietet.

Die Nutzung der Bibliothekressourcen wird im Rahmen von Lehrveranstaltungen zum wissenschaftlichen Arbeiten vermittelt. Bei individuellen Fragen zur Literaturrecherche steht an der MBS eine Bibliothekfachkraft zur Verfügung. Diese Fachkraft kann auch Literatur beschaffen, die über die regulären Ressourcen nicht zugänglich ist. Die Hochschule organisiert auch Führungen in der Bayerischen Staatsbibliothek.

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Alle Studiengänge

Die Studierenden können sich bei fachlichen Fragen an die Lehrenden und bei studienorganisatorischen Fragen an die Verwaltungsmitarbeitenden wenden. Die Studierenden äußerten sich

sehr positiv zum Austausch mit dem Lehr- und Verwaltungspersonal. Diese seien gut ansprechbar und studierendenorientiert. Sowohl die Studiengangsleitungen und Lehrenden als auch die Mitarbeitenden des *Career Center* stehen ihnen bei allen Fragen rund um die Praktikumssuche und / oder den Berufseinstieg beratend zur Verfügung. Die (ausländischen) Studierenden fühlen sich ebenso von den Mitarbeitenden des *International Center* individuell unterstützt.

Räumliche und technische Kapazitäten für die Lehrveranstaltungen sind hinreichend vorhanden. Zur digitalen Infrastruktur gehören u.a. unterschiedliche Portale wie der *Virtual Campus*, *Moodle* und die Plattform *MoveOn*. Die Studierenden erhalten digital wichtige Mitteilungen über ihr Studium (Stundenplanung, Prüfungstermine, Einladungen zu Events usw.). Sie haben neben den Lehrräumen auch Zugang zu verschiedenen Lern- und Aufenthaltsräumen (z.B. *Study Room*, *Study Center*, *MBS Lounge*).

Die Lehr- und Lernräume sind standardmäßig mit Tischen, Sitzgelegenheiten und Beamer ausgestattet. Die Gegebenheiten vor Ort unterstützen das Erreichen der Studiengangsziele. Die Hochschule strebt studiengangsübergreifend jedoch an, die Studierenden dazu zu befähigen, kreative und innovative Lösungsansätze zu entwickeln (vgl. Kompetenzziel 4 Ziffer 2.2.2 AoL Report). Um dieses Qualifikationsziel vollumfänglich zu erreichen, ermutigt das Gutachtergremium die Hochschule dazu, den Studierenden mehr kreativitätsfördernde und inspirierende Lehr- und Lernräume zur Verfügung zu stellen. Besondere Raumkonzepte könnten die innovative Denkweise der Studierenden fördern.

Der Zugang zu Fachliteratur erfolgt vor allem über die Bayerische Landesbibliothek. Die Studierenden können auch auf die physische Bibliothek der MBS (aktueller Bestand von ca. 2.400 Büchern und Zeitschriften) und auf die beiden Datenbanken *EBSCO* und *Statista* zugreifen.

Die befragten Studierenden, Absolventinnen und Absolventen weisen jedoch auf Lücken in ihrem Zugriff auf relevante Fachliteratur hin. Bei Bedarf für Prüfungsarbeiten und insbesondere für die Abschlussarbeit würden sie hauptsächlich auf den digitalen Bestand der Bayerischen Staatsbibliothek zugreifen. Sie hätten über die MBS keinen Zugriff auf das volle *Statista*-Paket. Um auf bestimmte, fachrelevante Lizenzen wie *SPSS* zuzugreifen, müssten sie den Computerraum der MBS vor Ort besuchen oder die Lizenzen selbst beschaffen.

Auf Basis der Gespräche und seiner Einsicht in die physischen und digitalen Bibliothekressourcen der Hochschule schließt sich das Gutachtergremium dieser Einschätzung teilweise an. Um einen vollumfänglichen Zugang zu relevanter Fachliteratur zu gewährleisten, sollte die Hochschule den Studierenden dringend einen angemessenen Zugang zu fundierter (Online-) Fachliteratur und wirtschaftswissenschaftlichen Datenbanken im *eigenen* Besitz schaffen. Dazu gehört beispielsweise ein Zugriff auf die Bestände von großen Anbietern wie *Springer*, *WiSo*, *Wiley*, *Web of Science* und *Statista* im vollen Paket. Die Hochschule sollte dabei anhand hinreichender Lizenzen sicherstellen, dass Studierende auch von zu Hause auf relevante Fachliteratur zugreifen können. Ein umfassender Online-Zugriff auf relevante Fachliteratur würde dem aktuellen Bedarf Studierender entsprechen, weitgehend orts- und zeitunabhängig studieren zu können.

Die eingesetzten Lehr- und Lernmittel (Vorlesungsfolien, aktuelle Fallbeispiele, Lehrvideos, Onlinediskussionen usw.) sind angemessen und stehen den Studierenden über die E-Learning-Plattform *Moodle* zur Verfügung.

Studiengang 03 Finance (M.A.)

Im Hinblick auf fachrelevante Literatur sollte die Hochschule den Studierenden insbesondere einen Zugang zum kostenpflichtigen Angebot *Bloomberg Professional* bereitstellen. Die Leistungen

von *Bloomberg Professional* umfassen Bestands- und Echtzeitdaten wie Börsendaten, Charts und einschlägige Finanznachrichten aus verschiedenen Finanzbereichen. Studierende könnten sich auf diese Weise frühzeitig mit diesem, im Finanzbereich hochrelevanten, Datenanbieter vertraut machen und die bereitgestellten Daten für Prüfungsleistungen wie Haus-, Seminar- oder die Abschlussarbeit nutzen. Ein Zugriff auf *Bloomberg Professional* würde auch die Attraktivität des Studiengangs erhöhen.

Entscheidungsvorschlag

Für alle Studiengänge

Erfüllt.

Das Gutachtergremium gibt folgende Empfehlung: *Die Hochschule sollte für Studierende einen adäquateren Zugang zu fundierter (Online-) Fachliteratur und wirtschaftswissenschaftlichen Datenbanken im eigenen Besitz schaffen. Sie sollte dabei anhand hinreichender Lizenzen sicherstellen, dass Studierende auch von zu Hause aus auf relevante Fachliteratur zugreifen können.*

Studiengang 03 Finance (M.A.)

Das Gutachtergremium gibt folgende Empfehlung: *Die Hochschule sollte den Studierenden einen Zugang zum kostenpflichtigen Angebot Bloomberg Professional bereitstellen.*

Prüfungssystem (§ 12 Abs. 4 BayStudAkkV)

Studiengangsübergreifende Aspekte

Sachstand

Die in den drei Studiengängen eingesetzten Prüfungsarten sind in §§ 10 bis 13 PO geregelt.

Modulprüfungen in schriftlicher Form sind (vgl. § 9 Abs. 3 i.V.m. § 10 PO):

- **Schriftliche Modulabschlussprüfung bzw. -klausur** (*written module final examination / written test*): Schriftliche Bearbeitung einer zuvor unbekannten Aufgabenstellung unter Aufsicht in vorgegebener Zeit. Die Bearbeitungszeit schriftlicher Modulabschlussprüfungen soll 90 Minuten nicht unter- und 240 Minuten nicht überschreiten.
- **Hausarbeit oder Seminararbeit** (*homework assignment / seminar paper*): Eigenständige schriftliche Ausarbeitung einer zuvor bekannt gegebenen Aufgabenstellung mit einer Bearbeitungsdauer von zwei Wochen bis drei Monaten und einem Umfang von fünf bis 35 Seiten.
- **Projektarbeit** (*project report*): Eigenständige schriftliche Ausarbeitung einer zuvor bekannt gegebenen Aufgabenstellung mit praktischem Bezug und Projektcharakter mit einer Bearbeitungsdauer von vier Wochen bis sechs Monaten und einem Umfang von zehn bis 60 Seiten.

Haus-, Seminar- und Projektarbeiten können auch einen mündlichen Teil umfassen. Der mündliche Teil wird durch eine Präsentation der Arbeit und offene Fragen zur Präsentation und zur Arbeit erbracht. Es erfolgt eine einheitliche Bewertung der schriftlichen Bearbeitung sowie des mündlichen Teils gemäß der in der Modulbeschreibungen festgelegten Gewichtung (vgl. § 9 Abs. 3 PO).

Modulprüfungen in mündlicher Form sind (vgl. § 9 Abs. 4 i.V.m. § 12 PO):

- **Mündliche Modulabschlussprüfung** (*oral module final examination*): Mündliche Beantwortung von zuvor unbekannten Aufgabenstellungen in vorgegebener Zeit. Die Dauer einer mündlichen Modulabschlussprüfung darf pro Prüfling 15 Minuten nicht unter- und 45 Minuten nicht überschreiten.
- **Referat oder Präsentation** (*report / presentation*): Mündliche Präsentation einer vorher bekannt gegebenen und von der oder dem Studierenden vorbereiteten Aufgabenstellung mit einer Dauer von zehn bis 60 Minuten. Zusätzlich werden offene Fragen zur mündlichen Präsentation und zur Aufgabenstellung gestellt. Eingang in die Bewertung findet auch die präsentationstechnische Qualität des Vortrags. Ihre Bewertung darf 50 % der Gesamtnote nicht überschreiten.

Das Modul *MBS Engagement* (alle Studiengänge) schließt mit einem **Teilnahmenachweis** ab. Ein Teilnahmenachweis ist gemäß § 9 Abs. 1 PO eine unbewertete Bescheinigung über die Teilnahme der Studierenden. Voraussetzung für die Erteilung eines Teilnahmenachweises ist die Anwesenheit in mindestens 80 % der vorgesehenen Präsenzstunden. Der Nachweis erfolgt durch Eintragung der Studierenden in eine Anwesenheitsliste. Falls die Studierenden die erforderliche Anwesenheit nicht erreichen, so ist der Besuch des Moduls nachzuholen.

Um das Modul *Internship* (alle Studiengänge) zu bestehen, müssen die Studierenden gemäß § 7 Abs. 4 jeweiliger SPO das Erreichen der Lern- und Ausbildungsziele durch ein qualifiziertes Praktikumszeugnis und einen **Praktikumsbericht** nachweisen. Der wöchentliche Praktikumsbericht umfasst eine Seite pro Praktikumswoche (vgl. Modulhandbuch). Diese Anforderungen sind auch in einer Handreichung festgelegt (vgl. *Master's Internship Guide*). Die Studierenden finden eine Vorlage des Praktikumsberichts auf dem *Virtual Campus*.

In einer **Portfolioprüfung** erbringen Studierende gemäß § 13 PO in gegenseitigem Zusammenhang stehende unselbständige Teilleistungen zur Umsetzung einer einheitlichen Aufgabenstellung. Diese Beiträge können schriftliche oder mündliche Leistungen sein, deren Umfang jeweils unterhalb der Rahmen nach § 9 Abs. 3 und 4 PO liegt und die zusammen diesen Rahmen nicht überschreiten. Gegenstand der einheitlichen Bewertung einer Portfolioprüfung sind alle Teilleistungen. Hierbei erfolgt keine schematische Einzelbetrachtung der einzelnen Leistungen, sondern eine Gesamtwürdigung aller Leistungen im Zusammenhang.

In den drei Studiengängen sieht die Mehrzahl der Module eine Portfolioprüfung vor (vgl. Anlage 1 jeweiliger SPO und Modulhandbücher). Ziel der Portfolioprüfungen ist die differenzierte Beurteilung des Erwerbs verschiedener schriftlicher und mündlicher Kompetenzen. Da die Studierenden einen Teil der Leistungen bereits im Laufe des Semesters erbringen, ermöglichen die Portfolioprüfungen ein unmittelbares Feedback der Lehrenden, das sich noch auf den laufenden Lernprozess auswirken kann.

Als Teil der Portfolioprüfung zahlreicher Module sehen Anlage 1 der jeweiligen SPO und die Modulhandbücher semesterbegleitende Prüfungsleistungen vor (sogenannter *Course Work*), z.B. in den Modulen *International Business and Management* und *Responsible Leadership in a Global Context* (aller Studiengänge). *Course Work* ist damit keine konkret ausgewiesene Prüfungsart. Er beschreibt stattdessen die zeitliche Lage einer Prüfungsleistung, welche semesterbegleitend von den Studierenden abgelegt wird, im Vergleich zu Modulabschlussprüfungen, die im Prüfungszeitraum zum Semesterende stattfinden.

Gemäß der Stellungnahme der Hochschule können semesterbegleitende Prüfungsleistungen alle in § 9 Abs. 3 und 4 PO definierten schriftlichen und mündlichen Prüfungsleistungen umfassen

(z.B. Hausarbeiten, Projektarbeiten, Referate), sofern diese während der Vorlesungszeit durchgeführt werden. Die Studierenden werden über die genaue Zusammensetzung der Portfolioprüfung, einschließlich der Bestandteile des *Course Work* und deren Gewichtung, durch die Lehrenden schriftlich und verbindlich spätestens in der ersten Lehrveranstaltung informiert (vgl. jeweiliges Modulhandbuch).

Die drei Studiengänge schließen mit einer Abschlussarbeit ab. Der schriftliche und mündliche Teil der Abschlussarbeit sind in § 14 PO und § 6 der jeweiligen SPO geregelt (siehe Kapitel Leistungspunktesystem (§ 8 BayStudAkkV)). Formale Regeln für die Abschlussarbeit und andere wissenschaftliche Arbeiten sind in verbindlichen Richtlinien verankert (vgl. Richtlinien für die formale Gestaltung einer wissenschaftlichen Arbeit).

Die Betreuerinnen und Betreuer der Abschlussarbeiten erhalten Hinweise zur Betreuung einer Abschlussarbeit (vgl. Betreuung einer Abschlussarbeit an der Munich Business School). Diese enthalten Leitlinien und Kriterien für die Bewertung des schriftlichen und mündlichen Teils der Abschlussarbeit. Die finale Note der Abschlussarbeit wird in einen Notenbogen eingetragen, in dem die gemeinsame Bewertung beider Prüfenden sowie spezifische Kommentare zur schriftlichen und mündlichen Leistung dokumentiert werden (vgl. Notenbogen für Abschlussarbeiten).

Um eine konsistente und transparente Benotung sicherzustellen, erhalten die Prüfenden bisher zusätzlich eine kompakte Bewertungshilfe in der Form von Bewertungsschemen (vgl. Bewertungsschema für Präsentationen und Bewertungsschema für Projekt-, Seminar- und Hausarbeiten). Die Hinweise zur Betreuung einer Abschlussarbeit und die Bewertungsschemen gelten als strukturierte Orientierungshilfe, weisen jedoch kein starres Bewertungsschema mit fest vorgegebenen Gewichtungen auf. Die Prüfenden erhalten so einen notwendigen Ermessensspielraum, um individuellen wissenschaftlichen Leistungen angemessen Rechnung zu tragen.

Auf Anregung des Gutachtergremiums hat die MBS eine differenzierte Version der Bewertungshilfe entwickelt, die die einzelnen Bewertungskriterien genauer beschreibt und ihre Gewichtung vorsieht (vgl. Bewertungshilfe für Abschlussarbeiten). Diese Instrumente sollen zusammen die transparente, nachvollziehbare und faire Bewertung aller Abschlussarbeiten sicherstellen und dies unter Wahrung sowohl einheitlichen Qualitätsstandards als auch der erforderlichen Flexibilität zur Berücksichtigung unterschiedlicher wissenschaftlicher Ansätze und Methodologien (vgl. S. 4 Stellungnahme).

Bei der Bewertung von Abschlussarbeiten wird im Rahmen des AoL-Prozesses ein weiterer Bewertungsbogen eingesetzt (vgl. AoL Thesis Master Programs). Dieser ist nicht Bestandteil der Notengebung. Er erfasst die Erreichung studiengangsspezifischer Lernziele und trägt zur übergeordneten Qualitätssicherung im Rahmen des AoL-Prozesses bei.

Die Überprüfung und ggfs. Weiterentwicklung der zum Einsatz kommenden Prüfungsarten erfolgt im Rahmen der regelmäßigen Dozentinnen- und Dozentenkonferenzen (siehe auch Kapitel Aktualität der fachlichen und wissenschaftlichen Anforderungen (§ 13 Abs. 1 BayStudAkkV)).

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Die Prüfungen und Prüfungsarten sind vielfältig, modulbezogen und kompetenzorientiert.

In der Mehrheit der Module wird gemäß der jeweiligen Anlage 1 SPO und dem jeweiligen Modulhandbuch eine Portfolioprüfung durchgeführt. In einer Portfolioprüfung sollen Studierende gemäß § 13 PO in gegenseitigem Zusammenhang stehende unselbständige Teilleistungen zur Umset-

zung einer einheitlichen Aufgabenstellung erbringen. Bei der Portfolioprüfung soll keine schematische Einzelbetrachtung der einzelnen Leistungen, sondern eine Gesamtwürdigung aller Leistungen erfolgen.

Die jeweilige eingesetzte Portfolioprüfung kombiniert i.d.R. gemäß der jeweiligen Anlage 1 SPO und den Modulhandbüchern semesterbegleitende Prüfungsleistungen, die in der Vorlesungszeit erbracht werden, mit weiteren Prüfungsleistungen, die im Prüfungszeitraum abgelegt werden, wie z.B. Klausuren oder eine Hausarbeit und eine Präsentation.

Nach Verständnis des Gutachtergremiums handelt es sich bei dieser Kombination von semesterbegleitenden und Modulabschlussprüfungen jedoch eher um *unabhängige* Modulteilleistungen als um *zusammenhängende* Teilleistungen im Sinne einer Portfolioprüfung nach § 13 PO. Das Gutachtergremium bekam z.B. bei seiner Einsicht in die vorgelegten Klausuren im Rahmen der Begutachtung keinen Hinweis dafür, dass diese als unselbständige Teilleistung einer Portfolioprüfung abgenommen und bewertet wurden.

Nach § 13 Satz 2 können die Beiträge der Portfolioprüfung zudem schriftliche und mündliche Leistungen sein, deren Umfang jeweils *unterhalb* der Rahmen nach § 9 Abs. 3 und 4 PO liegt und die zusammen diesen Rahmen *nicht* überschreiten. Die Hochschule verstößt jedoch in mehreren Modulen gegen diese Regelung.

Beispielsweise umfasst die Portfolioprüfung des Moduls *Ideation and Prototyping* des Studiengangs 02: Innovation and Entrepreneurship (M.A.) semesterbegleitende Prüfungsleistungen zusätzlich zu einer Projektarbeit von zehn Seiten und einer Präsentation von 15 Minuten. Da gemäß § 9 Abs. 3 PO der Mindestumfang einer Projektarbeit zehn Seiten und gemäß § 9 Abs. 4 PO der einer Präsentation zehn Minuten beträgt, liegen die vorgesehenen Teilleistungen der Portfolioprüfung nicht *unterhalb* der Rahmen nach § 9 Abs. 3 und 4 PO. Ähnliches gilt für alle Portfolioprüfungen, die in den drei Studiengängen eine 90-minütige Klausur zusätzlich zu semesterbegleitenden Prüfungsleistungen vorsehen (z.B. Module *Technology Trends* in den Studiengängen 01: International Marketing and Brand Management (M.A.) und 02: Innovation and Entrepreneurship (M.A.) und *Global Finance and Strategies* im Studiengang 03: Finance (M.A.)).

Auch die Ausführungen des Lehrpersonals deuteten auf eine unstimmige Umsetzung in der Praxis der Portfolioprüfungen: Nach ihrer Darstellung können die einzeln erbrachten semesterbegleitenden Prüfungsleistungen einer Lehrveranstaltung / eines Moduls mit einer Note von 5,0 bewertet werden (*nicht bestanden*) aber durch die Note der weiteren Modulabschlussprüfung (z.B. Klausur oder Hausarbeit / Präsentation) kompensiert werden. Diese Praxis widerspricht allerdings § 13 Satz 3 der PO, der Folgendes regelt: „*Gegenstand der einheitlichen Bewertung einer Portfolioprüfung sind alle Teilleistungen; hierbei erfolgt keine schematische Einzelbetrachtung der einzelnen Leistungen, sondern eine Gesamtwürdigung aller Leistungen im Zusammenhang.*“

Die Hochschule muss die eingesetzten Portfolioprüfungen überprüfen und diese, wo angebracht, im Einklang mit der Definition von Portfolioprüfungen in § 13 der PO bringen. Falls die Portfolioprüfungen in der Praxis entgegen § 13 PO verschiedene unabhängig voneinander erbrachte und bewertete Prüfungsleistungen umfassen, muss sie dies sachgemäß in allen Studienunterlagen ausweisen. Die Hochschule könnte beispielsweise die semesterbegleitenden Prüfungsleistungen (*Course Work*) als Portfolioprüfung ausweisen und dabei transparent darstellen, dass diese *zusätzlich* zur Modulabschlussprüfung zum Semesterende abgenommen werden.

Die befragten Studierenden fühlen sich über die pro Modul eingesetzten semesterbegleitend stattfindenden Prüfungsleistungen, häufig als Teil einer Portfolioprüfung, gut informiert. Die Lehrenden kommunizieren ihnen die nötigen Informationen zu Prüfungsarten, -inhalten und -terminen

in der ersten Lehrveranstaltung. Dennoch sind die semesterbegleitenden Prüfungsleistungen nicht hinreichend definiert mit Blick auf die in Frage kommenden Prüfungsarten. § 8 Abs. 1 Sätze 3-4 PO regelt Folgendes.

„An der Munich Business School werden schriftliche und mündliche Prüfungen sowie Kombinationen dieser Prüfungsformen angeboten / Both written and oral examinations are conducted, as well as combinations of these formats.“

Prüfungsleistungen können im Prüfungszeitraum, semesterbegleitend oder als Abschlussarbeiten erbracht werden / Examinations can take place during the examination period, throughout the semester as course work, or as finale theses“.

Aus § 8 PO lässt sich aus Sicht des Gutachtergremiums nur implizit interpretieren, dass semesterbegleitende Prüfungsleistungen (*Course Work*) alle schriftlichen und mündlichen Prüfungsleistungen umfassen können, die auch in § 9 Abs. 3 und 4 PO geregelt sind. Um einem Mindestdefinitionsniveau von Prüfungsleistungen und der transparenten Information der Studierenden hinreichend Rechnung zu tragen, muss die Hochschule an geeigneter Stelle explizit festlegen, welche Prüfungsleistungen als semesterbegleitende Prüfungsleistungen (*Course Work*) von den Studierenden abgelegt werden können.

Das Modul *MBS Engagement* wird lediglich mit einem Teilnahmenachweis abgeschlossen. Aus Sicht des Gutachtergremiums ist dies gerechtfertigt, da bereits durch die Teilnahme die Persönlichkeitsentwicklung der Studierenden gefördert wird.

Die eingesetzten Prüfungsarten wie Klausuren, Präsentationen und Haus- und Projektarbeiten sind dem Angestrebten Abschlussniveau angemessen. Sie ermöglichen eine aussagekräftige Überprüfung der erreichten Lernergebnisse. Das Gutachtergremium hat beispielhafte Leistungsnachweise wie Klausuren und Abschlussarbeiten eingesehen und empfand diese weitgehend als angemessen. Einige eingesehene Klausuren fokussierten nach Einschätzung des Gutachtergremiums durch Wissensfragen jedoch stärker die Aspekte *Wissen und Verstehen* als *Einsatz, Anwendung und Erzeugung* von Wissen. Das Gutachtergremium ermutigt das Lehrpersonal dazu, in den Klausuren das kritische Denken und die Wissenstransfer-Kompetenz der Studierenden gezielter abzuprüfen (siehe auch Kapitel Qualifikationsziele (§ 11 BayStudAkkV)).

Die Betreuerinnen und Betreuer der Abschlussarbeiten erhalten diverse Bewertungshilfe, um einheitliche Qualitätsstandards in ihrer Bewertung zu gewähren. Das Gutachtergremium begrüßt die Einführung einer differenzierteren Version der bisherigen Bewertungshilfen (vgl. Bewertungshilfe für Abschlussarbeiten). Die genauer beschriebenen Bewertungskriterien und ihre festgelegte Gewichtung werden für eine einheitlichere inhaltliche Würdigung der Abschlussarbeiten sorgen. Um die vollumfänglich transparente Information der Studierenden über die Bewertung ihrer Abschlussarbeiten sicherzustellen, sollte die Hochschule noch ein aussagekräftiges Gutachten als verpflichtenden Teil der Bewertung jeder Abschlussarbeit vorsehen.

Das Gutachtergremium erhielt vor Ort auch einen Einblick in eine nicht bestandene Abschlussarbeit. In diesem einen Fall wurde der Person erlaubt, im zweiten Versuch ein ähnliches Thema zu bearbeiten. Gemäß § 29 Abs. 3 PO kann eine nicht bestandene Abschlussarbeit jedoch ausschließlich mit einem neuen Thema wiederholt werden. Das Gutachtergremium bestärkt alle Prüfenden dazu, sich in solchen und ähnlichen Fällen durchgehend an die Regelungen der PO zu halten. Dies ist u.a. ausschlaggebend, um allen Studierenden Chancengleichheit zu wahren.

Eine permanente Überprüfung und Weiterentwicklung der zum Einsatz kommenden Prüfungsarten ist gewährleistet. Sie erfolgt u.a. in den einmal im Semester stattfindenden Dozentinnen- und Dozentenkonferenzen.

Entscheidungsvorschlag

Nicht erfüllt, da die in Anlage 1 SPO und im Modulhandbuch ausgewiesenen Portfolioprüfungen ihrer Definition nach § 13 PO nicht entsprechen. Zusätzlich sind die semesterbegleitenden Prüfungsleistungen (*Course Work*) mit Blick auf die in Frage kommenden Prüfungsarten nicht hinreichend definiert.

Das Gutachtergremium schlägt folgende Auflage vor: *Die Hochschule*

- *überprüft die eingesetzten Portfolioprüfungen und bringt diese, wo angebracht, im Einklang mit der festgelegten Definition von Portfolioprüfungen in § 13 der Allgemeinen Prüfungsordnung. Falls die Portfolioprüfungen in der Praxis verschiedene unabhängig voneinander erbrachte und bewertete Prüfungsleistungen umfassen, muss sie dies sachgemäß in allen Studienunterlagen ausweisen.*
- *legt an geeigneter Stelle explizit fest, welche Prüfungsleistungen als semesterbegleitende Prüfungsleistungen (Course Work) von den Studierenden abgelegt werden können.*

Das Gutachtergremium gibt folgende Empfehlung: *Die Hochschule sollte ein aussagekräftiges Gutachten als verpflichtenden Teil der Bewertung jeder Abschlussarbeit vorsehen.*

Studierbarkeit (§ 12 Abs. 5 BayStudAkkV)

Studiengangsübergreifende Aspekte

Folgende Maßnahmen sollen die Studierbarkeit der drei Studiengänge sicherstellen:

Die Studienorganisation sorgt für eine überschneidungsfreie Planung sämtlicher Lehrveranstaltungen. Zeiträume für schriftliche Abschlussprüfungen gibt die MBS langfristig vorher bekannt. Prüfungszeiträume werden von Lehrveranstaltungen freigehalten.

Das Kleingruppenkonzept der Hochschule (maximal 35 Studierende pro Lehrveranstaltung, i.d.R. eher 15 bis 25) ermöglicht eine enge und persönliche Betreuung durch die Lehrenden. Neben den einzelnen Lehrenden stehen auch die jeweilige Studiengangsleitung, die Modulverantwortlichen, das Prüfungsamt, das *International Center* und die weiteren Serviceeinrichtungen für individuelle Beratung zur Verfügung.

Die meisten Module aller drei Studiengänge schließen im Rahmen einer Portfolioprüfung mit mehreren Prüfungsleistungen ab (vgl. § 13 PO und siehe Auflage im Kapitel Prüfungssystem (§ 12 Abs. 4 BayStudAkkV)). **Die Kombination unterschiedlicher Prüfungsarten** (schriftlicher und mündlicher Modulabschlussprüfungen) gewährleistet die Verteilung der Prüfungsleistungen auf das laufende Semester und das Semesterende. Die MBS vermeidet hierdurch Prüfungsbelastungsspitzen. Prüfungen können zweimal wiederholt werden, die Abschlussarbeit einmal (vgl. § 29 Abs. 1 und 3 PO). Wiederholungsmöglichkeiten bei verpassten oder nicht bestandenen Prüfungen bestehen jedes Semester.

Die Arbeitsbelastung der Studierenden wird im Rahmen der Veranstaltungsevaluation erfasst (vgl. Abschnitt Reflexion über Ihren Lernprozess im Fragebogen Lehrevaluation). In der Praxis geben Studierende auch Rückmeldungen zur Arbeitsbelastung in persönlichen Feedbackgesprächen mit den Lehrenden und / oder über ihre Kurssprecherinnen und -sprecher.

Die Abschlussquoten sehen in den beiden bereits bestehenden Studiengängen wie folgt aus (vgl. Kapitel 4.1 Daten zum Studiengang): Seit dem Wintersemester 2019/20 haben im

- Studiengang 01: International Marketing and Brand Management (M.A.) 1 % der Studienanfängerinnen und -anfänger ihr Studium in der Regelstudienzeit von drei Semestern abgeschlossen. 19 % haben ihr Studium in der Regelstudienzeit plus ein Semester absolviert und 62 % in der Regelstudienzeit plus zwei Semester.
- Studiengang 02: Innovation and Entrepreneurship (M.A.) 16 % der Studienanfängerinnen und -anfänger ihr Studium in der Regelstudienzeit von drei Semestern abgeschlossen. 62 % haben ihr Studium in der Regelstudienzeit plus ein Semester absolviert und 86 % in der Regelstudienzeit plus zwei Semester.

Nach Ausführung der Studiengangsleitungen liegt das Überschreiten der Regelstudienzeit von drei Semestern hauptsächlich an der bewusst flexiblen Gestaltung des Übergangs vom Studium ins Berufsleben. Viele Studierende würden

- sich für praxisorientierte Abschlussarbeiten im Zusammenhang mit einem Praktikum entscheiden, wofür i.d.R. von Unternehmen eine längere Praktikumszeit gefordert wird.
- ein zusätzliches (fakultatives) Praktikum absolvieren, um sich noch besser auf das Berufsleben vorzubereiten.
- bewusst das Auslandssemester verlängern, um mehr Auslandserfahrung zu sammeln.
- eine parallele, teilweise fachrelevante, Berufstätigkeit ausüben.

Die Lehrsprache ist ausschließlich Englisch. Die Zugangsvoraussetzungen sehen für Studienbewerberinnen und -bewerber keine deutschen Sprachkenntnisse vor. Die PO und die jeweiligen studiengangsspezifischen SPO liegen in kombinierter deutscher und englischer Fassung vor. Die Modulhandbücher sind auf Englisch verfasst. Die ausländischen Studierenden bekommen Unterstützung vom *International Center* in Bezug auf ihren Aufenthalt in Deutschland und ihr Studium an der MBS (siehe Kapitel Besonderer Profilanspruch (§ 12 Abs. 6 BayStudAkkV)).

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Ein planbarer und verlässlicher Studienbetrieb ist für alle drei Studiengänge gewährleistet. Die Überschneidungsfreiheit und zeitliche Unabhängigkeit von Lehrveranstaltungen ist durch die jeweilige Studiengangsstruktur gegeben.

Das Gutachtergremium stellte einige widersprüchliche Angaben in den studiengangsspezifischen Informationen fest (z.B. mit Blick auf den Aufbau der Curricula). Die Hochschule hat diese Informationen im Laufe des Verfahrens vereinheitlicht. Um zukünftig durchgängig einheitliche Unterlagen und hiermit die optimale Information aller Studieninteressierten und Studierenden zu gewährleisten, regt das Gutachtergremium die Hochschule dazu an, regelmäßig alle studiengangsbezogenen Unterlagen auf Einheitlichkeit zu überprüfen.

Die Studierenden können ihr Studium innerhalb der Regelstudienzeit abschließen. Der durchschnittliche Arbeitsaufwand ist plausibel und der Prüfungsbelastung angemessen. Davon hat sich das Gutachtergremium durch die Sichtung der Modulhandbücher und durch Gespräche mit Studierenden und Absolventinnen und Absolventen überzeugt. Die Studierenden und Absolventinnen und Absolventen bewerteten den gesamten Workload als herausfordernd aber angemessen und leistbar. Die teilweise hohe Arbeitsbelastung würde ihnen helfen, ihre Zeitmanagementkompetenzen zu verbessern und sich auf die späteren Herausforderungen des Berufslebens vorzubereiten. Die Lehrenden würden sie zudem dabei unterstützen, sich geeignete Arbeitsstrategien anzueignen.

Die Abschlussquoten in Regelstudienzeit sind für die bereits bestehenden Studiengänge jedoch niedrig. Dies sei nach Aussage der Studiengangsleitungen häufig auf persönliche Gründe der Studierenden zurückzuführen. Viele Studierende hätten beispielsweise ihr Studium bewusst verlängert, um längere Praktika oder Auslandssemester zu absolvieren. In einigen Fällen gehen Studierende auch anderen beruflichen Tätigkeiten nach. Das Gutachtergremium erachtet diese Gründe als plausibel. Auch die befragten Studierenden und Absolventinnen und Absolventen schlossen sich diesen Erklärungen an (siehe auch Kapitel Mobilität (§ 12 Abs. 1 Satz 4 BayStudAkkV)). Die Abschlussquoten verbessern sich in der Regelstudienzeit plus maximal zwei Semester (auf 62 % im Studiengang 01: International Marketing and Brand Management (M.A.) und 86 % im Studiengang 02: Innovation and Entrepreneurship (M.A.)).

Die Prüfungsdichte und -organisation sind adäquat und weitgehend belastungsgemessen. Die fast durchgängig eingesetzten semesterbegleitenden Prüfungsleistungen sind nach Einsicht des Gutachtergremiums ein geeignetes Instrument zur kontinuierlichen Überprüfung des jeweils erreichten Wissenstandes (siehe aber auch Auflage im Kapitel Prüfungssystem (§ 12 Abs. 4 BayStudAkkV)). Sie können ggfs. den Umfang einer Modulprüfung entzerrn. Die Verbindung von mündlichen und schriftlichen Leistungen führt darüber hinaus zu einem sinnvollen Kompetenzerwerb durch die Studierenden.

Das Gutachtergremium stellte mit Blick auf das erste Semester des Studiengangs 01: International Marketing and Brand Management (M.A.) jedoch fest, dass Studierende neben weiteren Prüfungsleistungen eine hohe Anzahl an Klausuren schreiben (insgesamt vier sechzigminütige Klausuren und zwei neunzigminütige). Nach Aussage der befragten Studierenden sei diese Prüfungsdichte gut zu bewältigen. Nichtdestotrotz sollte die Hochschule die Prüfungsdichte am Ende des ersten Semesters verringern und / oder eine höhere Prüfungsheterogenität einführen. Dies würde die Arbeitsbelastung der Studienanfängerinnen und -anfänger verbessern und könnte ggfs. die Abschlussquote in der Regelstudienzeit verbessern.

Alle Module werden innerhalb eines Semesters oder Jahres abgeschlossen. Einige Module weisen einen Umfang von weniger als fünf ECTS-Leistungspunkten auf (alle Wahlpflichtmodule und das Modul *MBS Engagement*). Diese Ausnahmen sind begründet und sinnvoll in das Curriculum integriert. Der geringere ECTS-Leistungspunkteumfang der Wahlpflichtmodule ermöglicht den Studierenden, verschiedene Schwerpunkte zu setzen, während das Modul *MBS Engagement* außercurriculares Engagement würdigt. Diese Module wirken sich nicht negativ auf die Studierbarkeit der Studiengänge aus.

Der Workload wird im Rahmen der Lehrveranstaltungsevaluation systematisch erfasst. Feedbackgespräche zwischen Studierenden und Lehrenden oder Studierenden und Studiengangsleitung ermöglichen ebenfalls eine Überprüfung des gesamten Workloads der Studierendenschaft.

Die umfassenden Beratungs- und Betreuungsangebote der Hochschule tragen zur Studierbarkeit der Studiengänge bei. Dazu zählen u.a. der persönliche Kontakt der Studierenden zum Lehr- und Verwaltungspersonal sowie die zusätzlichen Unterstützungsangebote wie die des *Career Center* oder des *International Center* (siehe Kapitel Ressourcenausstattung (§ 12 Abs. 3 BayStudAkkV)).

Entscheidungsvorschlag

Für alle Studiengänge

Erfüllt.

Studiengang 01 International Marketing and Brand Management (M.A.)

Das Gutachtergremium gibt folgende Empfehlung: *Die Hochschule solle die Prüfungsdichte am Ende des ersten Studiensemesters verringern und / oder in diesem Semester eine höhere Prüfungsheterogenität einführen.*

Besonderer Profilanspruch (§ 12 Abs. 6 BayStudAkkV)

a) Studiengangsübergreifende Aspekte

Entsprechend der Vision, Mission und den Werten der Hochschule (vgl. MBS Strategic Plan 2022-2026) zeichnen sich alle Masterstudiengänge der MBS durch ein internationales Profil aus. Folgende inhaltliche und strukturelle Merkmale tragen dem internationalen Anspruch Rechnung:

- **Die Unterrichtssprache** ist Englisch.
- **Die internationale Studierendenquote** beträgt in allen Masterstudiengängen der MBS zwischen 57 % und 70 % (zwischen 62 und 88 % im Studiengang 01: International Marketing and Brand Management (M.A.) und zwischen 53 % und 79 % im Studiengang 02: Innovation and Entrepreneurship (M.A.)).
- **Die meisten Lehrenden** haben einen internationalen Hintergrund durch internationale Projekte und / oder Auslandserfahrung. Einige Lehrende kommen selbst aus dem Ausland.
- **Drei Pflichtmodule mit internationalem Fokus** sind in alle drei Studiengänge integriert (Module *International Business and Management*, *Communication in International Business* und *Responsible Leadership in a Global Context*).
- **Zwei studiengangsübergreifende regionale Module** widmen sich der Wirtschaft einer bestimmten Weltregion wie China, Lateinamerika oder Deutschland (letzteres ist speziell an internationale Studierende adressiert).
- **Ein Auslandssemester** ist im dritten Semester jedes Curriculums vorgesehen (siehe auch Kapitel Mobilität (§ 12 Abs. 1 Satz 4 BayStudAkkV)).
- **Das optionale Fremdsprachenangebot** (Deutsch, Spanisch und Chinesisch) soll sowohl einheimische als auch ausländische Studierende ansprechen.
- **Verschiedene Unterstützungsangebote** stehen internationalen Studierenden zur Verfügung, um die besonderen Herausforderungen eines Umzugs in ein fremdes Land und eine fremde Kultur zu bewältigen. Dazu zählen u.a. die Angebote des Zulassungsbüros (z.B. bei der Beantragung eines Studierendenvisums) sowie des *International Center*.

b) Studiengangsspezifische Bewertung

Studiengang 01 International Marketing and Brand Management (M.A.)

Sachstand

Die Studierenden qualifizieren sich u.a. für Fach- und Führungspositionen im Marketing internationaler Unternehmen (vgl. § 1 Abs. 1 SPO). Auch die Module des studiengangsspezifischen Bereichs umfassen internationale Inhalte und Fallstudien. Im Modul *International Marketing and Brand Management* lernen die Studierenden z.B., markenorientierte globale Marketingstrategien für die internationale Kundenansprache zu erklären und zu bewerten (vgl. Modulhandbuch).

Studiengang 02 Innovation and Entrepreneurship (M.A.)

Sachstand

Die Studierenden qualifizieren sich u.a. für Führungspositionen im Innovationsmanagement internationaler Konzerne (vgl. § 1 Abs. 1 SPO). Auch die Module des studiengangsspezifischen Bereichs umfassen internationale Inhalte und Fallstudien. Die Studierenden des Moduls *Innovation and Entrepreneurship: Strategy and Business Design* beschäftigen sich beispielsweise mit der Identifizierung und Bewertung von inländischen und internationalen unternehmerischen Chancen. Sie lernen kulturelle Faktoren kennen, die Innovationen und Unternehmertum beeinflussen (vgl. Modulhandbuch).

Studiengang 03 Finance (M.A.)

Sachstand

Die Studierenden qualifizieren sich für Fach- und Führungsaufgaben im Finanzsektor internationaler Unternehmen (vgl. § 1 Abs. 1 SPO). Auch die Module des studiengangsspezifischen Bereichs umfassen internationale Inhalte und Fallstudien wie z.B. das Modul *Global Finance & Risk Strategies*.

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Der internationale Profilanspruch stellt sich durch

- die Curriculumsinhalte,
- den integrierten Auslandsaufenthalt und
- die Einbindung von internationalen Lehrenden bzw. Gastreferentinnen und -referenten

angemessen dar. Dieser zeigt sich auch in der durchgängig englischen Lehrsprache.

Insbesondere auch die internationale Zusammensetzung der gesamten Studierendenschaft und der jeweiligen Studienkohorten unterstützt den besonderen Profilanspruch. Diese fördert das internationale Denken und die Fähigkeit zur interkulturellen Zusammenarbeit der Studierenden.

Das *International Center* begleitet und berät ausländische Studierende bei ihrem Aufenthalt in Deutschland und ihrem Studium an der MBS. Es unterstützt auch inländische Studierende bei der Planung und Durchführung ihres Auslandsaufenthaltes (siehe auch Kapitel Ressourcenausstattung (§ 12 Abs. 3 BayStudAkkV)). Die in- und ausländischen Studierenden fühlen sich von den Mitarbeitenden des *International Center* gut unterstützt.

Entscheidungsvorschlag

Erfüllt.

Fachlich-Inhaltliche Gestaltung der Studiengänge (§ 13 BayStudAkkV)

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

Studiengangsübergreifende Aspekte

Sachstand

Die Aktualität und Adäquanz der fachlichen und wissenschaftlichen Anforderungen werden durch regelmäßige Überprüfung und Besprechung der Lehr- und Lerninhalte sichergestellt.

Die Studiengangsleitungen und das Lehrpersonal tauschen sich regelmäßig über neueste Erkenntnisse im Rahmen der einmal im Semester stattfindenden Dozentinnen- und Dozentenkonferenz aus. Auch weitere interne Veranstaltungen fördern den fachlichen und methodischen Austausch: Dazu zählen z.B. die *Faculty Round Tables* (dreimal im Semester), *Lunch Exchanges* (einmal im Semester) sowie *Meet-Ups* zwischen den internen und externen Lehrenden.

Zu Beginn jedes Studienjahres aktualisiert die Studiengangleitung die Modulbeschreibungen in Zusammenarbeit mit den zuständigen Modulverantwortlichen und Lehrenden. Sobald neue Themengebiete und Methoden relevant werden, können diese in bestehende Lehrveranstaltungen integriert oder als Wahlpflichtmodule angeboten werden.

Auf diese Weise wurde beispielsweise das Thema generative KI stärker in die Curricula einbezogen. Dies erfolgt z.B. durch Gastvorträge und das Erarbeiten von KI-generierten Inhalten durch die Studierenden. Um einen bewussten Umgang mit den Potenzialen und Herausforderungen der KI in der Hochschullehre zu fördern, hat die MBS eine Handreichung für Lehrende verfasst. Diese stellt ausgewählte KI-Tools, ihr Potenzial und konkrete Anwendungsbeispiele dar und geht auf ihre Regulierung ein (vgl. Integration von Künstlicher Intelligenz in der Lehre an der Munich Business School – Handreichung für Dozierende (Handreichung KI)).

2019 wurde eine Stelle als Dekanin oder Dekan für Lernen und Lehre eingeführt. Die zuständige Person unterstützt Studiengangsleitungen bei der Evaluierung und Aktualisierung der methodisch-didaktischen Ansätze an der MBS. Ziel ist es, die Lehre langfristig zu modernisieren und zunehmend neue, innovative Lehr- und Lernmethoden in die Lehrveranstaltungen zu integrieren (z.B. Kreativ-Workshops).

Die Lehrenden werden auf Basis des eingesetzten *Faculty Qualification Model* dazu angehalten, in der Forschung und / oder beruflichen Praxis aktiv zu bleiben. Sie können sich auch an hochschuleigenen Forschungsgruppen beteiligen, z.B. zu den Themen *Innovation & Entrepreneurship* oder *Leadership & Responsibility* (vgl. Research Report Academic Year 2022-2023).

Die Lehrenden nehmen aktiv am nationalen und internationalen fachlichen Diskurs teil. Sie nehmen beispielsweise an (inter-)nationalen Konferenzen und Fortbildungen im Bereich Forschung und Lehre sowie an Forschungsprojekten teil. Die Lehrenden haben sich beispielsweise an den Erasmus+ Forschungsprojekten *Empowering Adult Survivors of domestic violence through Entrepreneurship* und *Conscious Business Education* beteiligt (vgl. PRME Report 2021-2023).

Auch verschiedene Auswertungen wie Wettbewerbsanalysen und die semesterweise durchgeführten Lehrevaluationen geben Aufschluss über die Aktualität der Studieninhalte und didaktischen Lehrmethoden. Sie können Anlass zur Überarbeitung der Studienprogramme geben (siehe Kapitel Studienerfolg (§ 14 BayStudAkkV)).

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Alle Studiengänge

Die Lehrinhalte und das didaktische Konzept der Studiengänge sind auf einem aktuellen Stand. Sie gewährleisten die zeitgemäße Durchführung der Studiengangskonzepte. Davon hat sich das Gutachtergremium durch die Sichtung der Modulhandbücher und die Gespräche mit den Studiengangsleitungen und Lehrenden überzeugt.

Moderne Technologiethemen sind in den Studiengängen 01: International Marketing and Brand Management (M.A.) und 02: Innovation and Entrepreneurship (M.A.) beispielsweise im Wahlpflichtmodul *Technology Trends* integriert. In diesem Modul lernen Studierende die neusten Tech-

nologietrends und ihre aktuellen und zukünftigen praktischen Anwendungen in einem professionellen Umfeld zu verstehen und zu diskutieren. Dazu gehören beispielsweise die Bereiche *KI*, *Machine Learning* und *Virtual / Augmented Reality* (vgl. jeweiliges Modulhandbuch).

Im Studiengang 01: International Marketing and Brand Management (M.A.) werden nach Darstellung der Lehrenden moderne Themen wie *KI*, *Big Data* und *Digital Twins* auch in den Modulen *Integrated Brand Communication in a Digitalized World* und *Customer Insights for Marketing and Brand Management* auf Basis von Workshops vermittelt.

Das Modul *Innovative Finance: Sustainability and Technology* des Studiengangs 03: Finance (M.A.) berücksichtigt aktuelle Inhalte des Themenbereichs digitale Finanzen wie *KI*, *machine learning* und *blockchain technology* (vgl. Modulhandbuch).

Die Studiengangsleitungen und Lehrenden sind dazu bereit, *KI*-Tools in ihre Lehre zu integrieren und dazu in den Austausch mit den Studierenden zu gehen. Die MBS hat proaktiv eine Handreichung für Lehrende zum Thema *KI* in der Lehre erstellt (vgl. Handreichung *KI*).

Die fachlich-inhaltliche Gestaltung und die methodisch-didaktischen Ansätze der Curricula werden kontinuierlich überprüft und an fachliche und didaktische Weiterentwicklungen angepasst. Dies erfolgt z.B. im Rahmen der semesterweise stattfindenden Dozentinnen- und Dozentenkonferenzen und der dreimal im Semester durchgeführten *Faculty Round Tables*. Die Einbindung von externen Lehrenden und Praxisvertreterinnen und -vertretern in Form von Gastvorträgen unterstützt die regelmäßige Einbeziehung aktueller, relevanter Fachkenntnisse. Auch der fest verankerte Prozess des Qualitätsmanagements an der MBS sichert die regelmäßige Anpassung der Curricula (siehe Kapitel Studienerfolg (§ 14 BayStudAkkV)).

Es erfolgt eine systematische Berücksichtigung des fachlichen Diskurses auf nationaler und internationaler Ebene. Davon hat sich das Gutachtergremium anhand der in den Modulhandbüchern ausgewiesenen Literatur überzeugt. In den Studiengängen werden ausschließlich englischsprachige Literaturquellen berücksichtigt. Dies entspricht den Anforderungen der international zusammengesetzten Studierendenschaft.

Entscheidungsvorschlag

Erfüllt.

Studienerfolg (§ 14 BayStudAkkV)

Studiengangsübergreifende Aspekte

Sachstand

Das hochschulinterne Qualitätsmanagementsystem ist im Qualitätshandbuch verankert (vgl. Qualitätsmanagement an der MBS (QM MBS)). Dieses regelt die

- Organisationsgestaltung, Akteure und Zuständigkeiten im Qualitätsmanagementsystem,
- Qualitätssicherungsmaßnahmen auf Hochschulebene und
- Qualitätssicherung in der Lehre, der Forschung und der Administration und Verwaltung.

Die Qualitätssicherung von Studium und Lehre erfolgt im Wesentlichen durch das Studiengangsmanagement, das verantwortliche Lehrpersonal, die Studierenden sowie diverse externe Stakeholder, inklusive Absolventinnen und Absolventen.

Der Assurance of Learning (AoL) Prozess dient der formalen und systematischen Überprüfung des Erreichens der übergeordneten Kompetenzziele der Studiengänge (vgl. Ziffer 3.3.1 QM MBS). Der AoL-Prozess trägt dazu bei, Schwächen im Curriculum im Hinblick auf Struktur, Relevanz, Aktualität und Wirksamkeit der Inhalte und Lehrmethoden zu identifizieren und bei Bedarf anzupassen. Die Hochschule stellt auf dieser Basis sicher, dass die Lernziele den Anforderungen des Marktes und der Mission der Hochschule entsprechen.

Die Hochschule erstellt jährlich einen AoL-Bericht, der das gesamte System sowie die Ergebnisse und Maßnahmen zur Qualitätssicherung darstellt (vgl. AoL Report).

Das Studiengangsmanagement und das Lehrpersonal beteiligen sich an der Qualitätssicherung in Studium und Lehre. Zu diesem Zweck findet einmal im Semester eine Dozentinnen- und Dozentenkonferenz unter Beteiligung der Studiengangsleitung, der Dekanin oder des Dekans, der Prodekaninnen und -dekanen und der Lehrenden statt. Operative Entscheidungen trifft die Studiengangsleitung. Strategische und grundsätzliche Fragen sowie signifikante Entscheidungen mit Außerwirkung sind dem Senat vorbehalten, der zweimal im Semester tagt.

Bei Fragen bezüglich der fachlich-qualitativen Prüfung, Bewertung und Weiterentwicklung eines Studiengangs werden die Lehrenden partizipativ eingebunden. Das Lehrpersonal beteiligt sich auch an Arbeitsgruppen- und Gremiensitzungen, Workshops sowie *Faculty Roundtables*.

Die Studierenden bewerten ihr Studium im Rahmen unterschiedlicher Evaluationen:

Die Veranstaltungsevaluation findet am Ende jedes Semesters statt (vgl. Ziffer 3.3.2 QM MBS). Die Studierenden bewerten die fachlichen Inhalte, deren Aktualität, Praktikabilität und Umsetzbarkeit sowie die didaktischen und kommunikativen Fähigkeiten der Lehrenden (vgl. Fragebogen Lehrevaluation).

Die Evaluation findet über einen Fragebogen zu den einzelnen Veranstaltungen über den *Virtual Campus* statt. Die Daten werden durch die Mitarbeitenden des Qualitätsmanagements zusammengefasst und durch die zuständige Studiengangsleitung, die Dekanin oder den Dekan bzw. die Prodekanin oder den Prodekan ausgewertet. Die Lehrenden haben nach Ablauf der Umfrage automatisch Zugriff auf die sie betroffenen Evaluationsergebnisse.

Die Studiengangsleitung bespricht eine anonymisierte Zusammenfassung der Ergebnisse mit den Studierendenvertretungen (vgl. Ziffer 3.3.2 QM MBS). Alle Studierenden werden nach Darstellung der Verwaltungsmitarbeitenden zusätzlich über die Ergebnisse der Lehrevaluation und ergriffenen Maßnahmen via *Microsoft Teams* informiert.

Die Erkenntnisse aus der Veranstaltungsevaluation geben Anhaltspunkte für den Bedarf einer inhaltlichen, strukturellen oder didaktischen Anpassung der Studiengänge. Sie bieten u.a. den Lehrenden die Gelegenheit, sich aufbauend auf ihren Stärken weiter zu verbessern. Bei Verbesserungsbedarf wird ein Feedback-Gespräch mit den betroffenen Lehrenden geführt.

Neben den formalen Evaluationsverfahren erlaubt die Kleingruppenstruktur auch während eines laufenden Semesters ein persönliches und direktes Feedback der Studierenden an die Lehrenden und die Studiengangsleitung. Die Studierenden können ihre Anliegen auch über ihre Kursprecherinnen und -sprecher, Semestersprecherinnen und -sprecher und Vertretungen im Senat einbringen.

Die allgemeine Studierendenbefragung findet einmal im Jahr statt (vgl. Ziffer 3.3.3 ebd.). Sie umfasst veranstaltungs- und studiengangsübergreifende Aspekte (vgl. Fragebogen Verwaltungs- und Serviceevaluation).

Die Mitarbeitenden des Qualitätsmanagements werten die Daten aus und stellen diese der Hochschulleitung und den Hochschulmitarbeitenden bereit. Die Ergebnisse liefern Impulse für die Verbesserung und Weiterentwicklung der Studiengänge und des Serviceangebots. Die Hochschulleitung erarbeitet in Absprache mit den Studiengangsleitungen, den verschiedenen Abteilungen und den Lehrkräften konkrete Maßnahmen und setzt diese um.

Das Onboarding Survey erfasst jedes Semester die Zufriedenheit der Studienanfängerinnen und -anfänger (vgl. Fragebogen MBS Onboarding Survey). Die Evaluation trägt dazu bei, die Kommunikation mit potenziellen Studierenden zu optimieren und eine benutzerfreundlichere und effizientere Bearbeitung der Bewertungen sicherzustellen.

Die Evaluation des Auslandsstudiums wird in die Gesamtevaluation des Studiums einbezogen (vgl. Ziffer 3.3.4 QM MBS). Sie integriert die Bewertung der Partnerhochschule und der dort vermittelten Lehr- und Lerninhalte (vgl. Evaluationsbogen Auslandssemester).

Diverse externe Stakeholder beteiligten sich an der Evaluation der Studiengänge:

Die Absolventinnen- und Absolventenbefragung findet jährlich statt (vgl. Ziffer 3.3.6 QM MBS). In dieser bewerten Absolventinnen und Absolventen ihr Studium rückblickend und geben Auskunft über ihren Berufseinstieg bzw. ihre berufliche Entwicklung (vgl. MBS Alumni Survey 2024). Aus den Ergebnissen zieht die Hochschule Rückschlüsse auf Verbesserungspotenziale.

Die Absolventinnen und Absolventen werden nach Abschluss der Auswertung per E-Mail über die wesentlichen Ergebnisse der Befragung und die daraus abgeleiteten Maßnahmen informiert. Die Veröffentlichung erfolgt in anonymisierter Form (vgl. Ziffer 3.3.6 QM MBS). Nach Darstellung der Verwaltungsmitarbeitenden werden auch aktuelle Studierende via *Microsoft Teams* über die Ergebnisse der Absolventinnen- und Absolventenbefragung informiert.

Das Advisory Board unterstützt bei der Bewertung, Konzeption, Aktualisierung und Umsetzung von Studienprogrammen (vgl. Ziffer 1.1.2 QM MBS). Das *Advisory Board* fördert den Erfahrungsaustausch und Wissenstransfer zwischen Wissenschaft, Praxis und Gesellschaft. Es tagt einmal im Jahr (vgl. S. 8 AoL Report). Seine Empfehlungen werden in den zuständigen Gremien der MBS behandelt. Die zuständigen Organe der Hochschule treffen die finalen Entscheidungen.

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Die Studiengänge unterliegen unter Beteiligung von Studierenden, Absolventinnen und Absolventen einem kontinuierlichen Monitoring. Dies wird durch zahlreiche verschiedene Instrumente sichergestellt, wie

- die jedes Semester stattfindende Veranstaltungsevaluation,
- die jährliche Studierendenbefragung,
- die Evaluation des Auslandsstudiums,
- das *Onboarding Survey* und die
- jährliche Absolventinnen- und Absolventenbefragung.

Die befragten Studierenden und Absolventinnen und Absolventen äußerten sich sehr positiv zum gelebten Kleingruppenprinzip. Bei Anliegen und Verbesserungsvorschlägen können sie sich jederzeit, auch außerhalb der offiziellen Evaluationen, an ihre Lehrenden, Studiengangsleitung und Kurssprecherinnen und -sprecher wenden.

Das hohe Engagement der Hochschule in der Qualitätssicherung zeigt sich auch durch die Einführung eines AoL-Prozesses und die jährliche Veröffentlichung eines Qualitätsberichts (vgl. AoL Report).

Auf der Grundlage aller Evaluationen werden Maßnahmen zur Sicherung des Studienerfolgs bei Bedarf abgeleitet und fortlaufend überprüft. Die Ergebnisse werden für die Weiterentwicklung der Studiengänge genutzt. Ein im Rahmen der Begutachtung erwähntes Beispiel betraf einzelne inhaltliche Überschneidungen zwischen Lehrveranstaltungen, die auf Basis von studentischem Feedback aufgedeckt und angepasst wurden.

Ein weiteres Beispiel bezog sich auf den Wunsch der Studierenden, frühzeitig über das Konzept der semesterbegleitenden Prüfungen informiert zu werden, da dieses Bachelorabsolventinnen und -absolventen anderer Hochschulen bisher unbekannt war. Als Verbesserungsmaßnahme werden Studienbewerberinnen und -bewerber nun bereits im Auswahlgespräch über das Prüfungssystem der MBS aufgeklärt. Nach Darstellung der Verwaltungsmitarbeitenden hätte diese Maßnahme zu einem besseren Feedback der Studierenden in Bezug auf die Studierbarkeit und Planbarkeit des ersten Studiensemesters beigetragen.

Auch die Konzeption des neuen Studiengangs 03: Finance (M.A.) sei u.a. auf Nachfrage der Studierenden, Absolventinnen und Absolventen der Spezialisierung *Finance* des bereits bestehenden Studiengangs *International Business (M.A.)* zurückzuführen. Einige von ihnen hätten sich ein Studienangebot mit mehr finanzspezialisierten Modulen gewünscht.

Die Ergebnisse der Lehrveranstaltungsevaluation und die auf dieser Basis ergriffenen Maßnahmen werden von der Studiengangsleitung mit den Studierendenvertretungen besprochen (vgl. Ziffer 3.3.2 QM MBS). Die Studierendenvertretungen dienen im Anschluss als Multiplikatorinnen und Multiplikatoren der Ergebnisse innerhalb der Studierendenschaft. Die Verwaltungsmitarbeitenden informieren zusätzlich alle Studierenden über die Ergebnisse der Lehrveranstaltungsevaluation und der Absolventinnen- und Absolventenbefragung via *Microsoft Teams*.

Die Ergebnisse der Absolventinnen- und Absolventenbefragung und die auf dieser Basis ergriffenen Maßnahmen werden den Beteiligten per E-Mail kommuniziert (vgl. Ziffer 3.3.6 QM MBS).

Entscheidungsvorschlag

Erfüllt.

Geschlechtergerechtigkeit und Nachteilsausgleich (§ 15 BayStudAkkV)

Studiengangsübergreifende Aspekte

Sachstand

Die Gleichstellung aller Menschen ist an der MBS institutionell verankert. Die Hochschule verpflichtet sich gemäß § 7 ihrer Grundordnung (GO) allen Hochschulmitgliedern die gleichen Chancen und Entwicklungsmöglichkeiten einzuräumen. Alle getroffenen Maßnahmen im Rahmen der Geschlechtergerechtigkeit und des Nachteilsausgleichs werden im Gleichstellungskonzept der Hochschule aufgeführt (vgl. Gleichstellungskonzept). Die Hochschule hat zudem ihre Werte und Handlungsmaximen in einem Werte- und Verhaltenskodex niedergelegt. Dieser greift die Gleichbehandlung und damit Gleichstellung aller Menschen als einen zentralen Wert aller Hochschulangehörigen auf (vgl. S. 4 Werte und Verhaltenskodex der MBS).

Eine bestellte Gleichstellungsbeauftragte oder ein bestellter Gleichstellungsbeauftragter achtet auf die Durchführung und Einhaltung der Chancengleichheit an der Hochschule. Sie oder er ist Mitglied mit beratender Stimme im Senat und in Berufungsausschüssen (vgl. § 7 GO) und unter-

stützt die Hochschulleitung bei Gleichstellungsmaßnahmen. Nach Darstellung der Verwaltungsmitarbeitenden arbeitet die derzeitige Gleichstellungsbeauftragte aktuell an der Vorbereitung eines Workshops zum Thema *Frauen im Arbeitsalltag und in Führungspositionen*.

Im Rahmen der seit 2017 bestehenden Initiative *Women in Leadership* hat die MBS die *Female Leadership Lounge* gegründet (vgl. Ziffer 2.3 Gleichstellungskonzept). Zwei Mentorinnen aus der Berufspraxis stehen in diesem Rahmen weiblichen Studierenden zur Verfügung. Dieses Programm hat im Vergleich zu anderen Motoring-Programmen der MBS einen stärkeren thematischen Bezug auf *Female Leadership*.⁵

Der Nachteilsausgleich ist in § 22 PO geregelt. Die Möglichkeit des Nachteilsausgleichs bezieht sich sowohl auf den Bereich der Zulassung (vgl. Ziffer 1.4 Gleichstellungskonzept) als auch auf die Bereiche Workload, Studienverlauf und Prüfungsleistungen (vgl. § 22 PO).

In den meisten Studiengängen der Hochschule ist ein ausgewogenes Verhältnis zwischen den Geschlechtern erreicht (vgl. Ziffer 2.2 Gleichstellungskonzept). Im Schnitt sind ca. 68 % der Erstsemester im Studiengang 01: International Marketing and Brand Management (M.A.) und 46 % der Erstsemester im Studiengang 02: Innovation and Entrepreneurship (M.A.) weiblich (vgl. Kapitel 4.1 Daten zum Studiengang).

Die MBS berücksichtigt die Bedürfnisse von Hochschulmitgliedern in besonderen Lebenslagen. Schwangere Studierende und Studierende mit minderjährigen Kindern oder pflegebedürftigen Angehörigen haben die Möglichkeit, Urlaubssemester zu beantragen (vgl. Ziffer 1.3 Gleichstellungskonzept). Während der Beurlaubung ist bei Bedarf die Teilnahme an Nach- und Wiederholungsprüfungen möglich.

Die Lehr- und Serviceräume der MBS sind über einen Aufzug barrierefrei. Die Hochschule hat genderneutrale Toiletten eingeführt.

Die Hochschule berücksichtigt das Thema Diversität in den Curricula der Studiengänge. Im Rahmen des Moduls *International Business and Management* (alle Studiengänge) machen sich die Studierenden beispielsweise mit Vielfalt in Organisationen vertraut (vgl. Modulhandbuch). Im Modul *Responsible Leadership in a Global Context* (alle Studiengänge) lernen sie zudem, die eigenen Annahmen und Vorurteile zu erkennen und kritisch zu hinterfragen. Die Absolventinnen und Absolventen des Moduls können Mitmenschen je nach Situation, Persönlichkeit und Kultur motivieren und unterstützen (vgl. ebd.).

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Die Hochschule verfügt über ein Konzept zur Geschlechtergerechtigkeit und zur Förderung der Chancengleichheit von Studierenden in besonderen Lebenslagen (vgl. Gleichstellungskonzept). Sie setzt entsprechende Maßnahmen um. Dazu tragen verschiedene Elemente bei wie:

- die Position der oder des Gleichstellungsbeauftragten,
- die Regelungen zum Nachteilsausgleich (vgl. § 22 PO),
- der Werte- und Verhaltenskodex sowie
- verschiedene Veranstaltungen und das Mentoring-Programm *Female Leadership Lounge*.

⁵ vgl. <https://www.munich-business-school.de/insights/2022/sich-gegenseitig-inspirieren-und-zum-erfolg-verhelfen-mentoring-an-der-munich-business-school/> [Letzter Zugriff: 27.03.2025].

Die Studierenden verfügen über weibliche Vorbilder in der Lehre: Nach Darstellung der Verwaltungsmitarbeitenden äußerten sich Studierende oft positiv zur weiblichen Besetzung der Studiengangsleitung in den Studiengängen 01: International Marketing and Brand Management (M.A.) und 02: Innovation and Entrepreneurship (M.A.).

Die Hochschule hat zur Förderung der Geschlechtergerechtigkeit genderneutrale Toiletten eingeführt. Die Lehr- und Serviceräume der Hochschule sind über einen Aufzug weitgehend barrierefrei. Das Gutachtergremium stellte vor Ort jedoch fest, dass die Brandschutztüren schwer sind und nicht automatisch aufgehen können. Das Verwaltungspersonal der Hochschule unterstützt an dieser Stelle die körperlich beeinträchtigten Studierenden durch eine Begleitung innerhalb des Gebäudes. Die Hochschule sollte dennoch überlegen, ob automatische Brandschutztüre eingeführt werden könnten.

Die Curricula aller drei Studiengänge berücksichtigen hinreichend das Thema Diversität. Die Studierenden machen sich u.a. mit Aspekten einer verantwortungsvollen Führung vertraut.

Entscheidungsvorschlag

Erfüllt.

Das Gutachtergremium gibt folgende Empfehlung: *Die Hochschule sollte überlegen, ob automatische Brandschutztüre eingeführt werden könnten.*

Hochschulische Kooperationen (§ 20 BayStudAkkV)

Studiengangsspezifische Bewertung

Studiengänge 01 International Marketing and Brand Management (M.A.) und 02 Innovation and Entrepreneurship (M.A.)

Sachstand

Studierende können optional einen Doppelabschluss (sogenannter *Dual Degree*) mit ausgewählten Partnerhochschulen erwerben. Es handelt sich hierbei nicht um gemeinsam durchgeführte Programme, sondern um Vereinbarungen zur gegenseitigen Anerkennung von Studien- und Prüfungsleistungen aufgrund derer ein zweiter Abschluss der jeweils anderen Hochschule verliehen wird.

Für ihren *Dual Degree* verbringen die Studierenden zunächst zwei Semester an der MBS und anschließend zwei Semester an der jeweiligen Partnerhochschule.

Mit erfolgreichem Bestehen der Abschlussarbeit erlangen die Absolventinnen und Absolventen einen durch die MBS verliehenen *Master of Arts (M.A.)* sowie einen ausländischen Master-Abschluss. Das Programm der MBS wird dabei vollständig und im vorgeschriebenen Umfang durchlaufen. Durch den Besuch von weiteren Modulen im Ausland werden zusätzlich die Anforderungen für den Abschluss der Partnerhochschule erfüllt.

Art und Umfang der einzelnen Kooperationen sind in den jeweiligen Kooperations- und Zusatzvereinbarungen festgehalten (vgl. *Dual Degree Kooperationsabkommen*). Diese verwaltet das *International Center*.

Die inhaltlichen (z.B. Studienschwerpunkte, Module) und formalen Rahmenbedingungen (z.B. Anzahl der Austauschplätze, Kosten, Anerkennung) werden im Vorfeld der Vertragsunterzeichnung zwischen der Leitung des MBS *International Center* und der jeweiligen Vertragspartnerin oder dem Vertragspartner vereinbart. Im Anschluss erfolgt zur Qualitätssicherung der getroffenen

Vereinbarungen ein regelmäßiger Austausch. Dieser findet beispielsweise im Rahmen bilateraler Treffen zwischen den Hochschuleinrichtungen und durch die Evaluation des Auslandsstudiums durch die Studierenden statt.

Sofern eine Änderung der Rahmenbedingungen auf Seiten der MBS und / oder der Partnerhochschule zu verzeichnen ist (z.B. bei Änderungen des Curriculums), werden die bestehenden Kooperationsverträge entsprechend überprüft und ggfs. neuverhandelt. Sind keine Änderungen zu verzeichnen, werden die Kooperationsvereinbarungen standardmäßig ca. alle fünf Jahre einer Prüfung unterzogen.

Für beide Studiengänge besteht mit folgenden Hochschulen eine Kooperation (vgl. S. 2 f Dual Degree Kooperationsabkommen):

1. Boston University, Boston (USA).

- Studierende, die alle erforderlichen Studien- und Prüfungsleistungen erfolgreich erbracht haben, erhalten neben dem Masterabschluss der MBS einen zusätzlichen Abschluss der Boston University je nach gewähltem Studiengang:
 - *Global Marketing Management* (M.Sc.),
 - *Administrative Studies* (M.Sc.) oder
 - *Applied Business Analytics* (M.Sc.).

2. Bond University, Gold Coast (Australien).

- Studierende, die alle erforderlichen Studien- und Prüfungsleistungen erfolgreich erbracht haben, erhalten neben dem Masterabschluss der MBS den zusätzlichen Abschluss *Master of Business* der Bond University.

3. Skema Business School mit Standort in Sophia Antipolis und Lille (Frankreich) sowie Belo Horizonte (Brasilien), Suzhou (China) und Raleigh (USA).

- Studierende, die alle erforderlichen Studien- und Prüfungsleistungen erfolgreich erbracht haben, erhalten neben dem Masterabschluss der MBS einen zusätzlichen Abschluss der Skema Business School je nach gewähltem Studiengang:
 - *International Marketing & Business Development* (M.Sc.) (Sophia, Lille, Belo Horizonte, Suzhou) oder
 - *International Business (International Technologies & Business Development Track)* (M.Sc.) (Raleigh).

Für den Studiengang 01: International Marketing and Brand Management (M.A.) besteht mit folgenden Hochschulen eine Kooperation (vgl. S. 2 f Dual Degree Kooperationsabkommen):

1. Queen Mary University of London, London (UK).

- Studierende, die alle erforderlichen Studien- und Prüfungsleistungen erfolgreich erbracht haben, erhalten neben dem Masterabschluss der MBS den zusätzlichen Abschluss *Marketing* (M.Sc.) der Queen Mary University of London.

2. Regent's University London, London (UK).

- Studierende, die alle erforderlichen Studien- und Prüfungsleistungen erfolgreich erbracht haben, erhalten neben dem Masterabschluss der MBS den zusätzlichen Abschluss *Luxury Brand Management* (M.A.) der Regent's University.

3. Skema Business School mit Standort in Sophia Antipolis (Frankreich)

- Studierende, die alle erforderlichen Studien- und Prüfungsleistungen erfolgreich erbracht haben, erhalten neben dem Masterabschluss der MBS den zusätzlichen Abschluss der Skema Business School *Luxury & Fashion Management* (M.Sc.).

Für den Studiengang 02: Innovation and Entrepreneurship (M.A.) besteht mit folgenden Hochschulen eine Kooperation (vgl. S. 2 f Dual Degree Kooperationsabkommen):

1. **Queen Mary University of London, London (UK).**
 - Studierende, die alle erforderlichen Studien- und Prüfungsleistungen erfolgreich erbracht haben, erhalten neben dem Masterabschluss der MBS den zusätzlichen Abschluss *Creative Industries and Arts Organisations* (M.Sc.) der Queen Mary University of London.
2. **Regent's University London, London (UK).**
 - Studierende, die alle erforderlichen Studien- und Prüfungsleistungen erfolgreich erbracht haben, erhalten neben dem Masterabschluss der MBS den zusätzlichen Abschluss *Enterprise* (M.A.) der Regent's University.
3. **Skema Business School mit Standort in Sophia Antipolis (Frankreich).**
 - Studierende, die alle erforderlichen Studien- und Prüfungsleistungen erfolgreich erbracht haben, erhalten neben dem Masterabschluss der MBS den zusätzlichen Abschluss der Skema Business *Entrepreneurship & Innovation* (M.Sc.).

Die Studierenden erhalten eine detaillierte Übersicht aller angebotenen *Dual Degrees* inklusive der zu belegenden Lehrveranstaltungen und potenziell anfallender Kosten:

- in der *Study Abroad* Informationsveranstaltung,
- über das *MoveOn* Informationsportal,
- per E-Mail sowie
- im Rahmen von individuellen Beratungsgesprächen.

Studiengang 03 Finance (M.A.)

Sachstand

Die MBS hat für den zur Konzeptakkreditierung vorliegenden Studiengang noch keine studiengangsspezifischen Kooperationsabkommen für ein *Dual Degree* abgeschlossen.

Bestehende Abkommen, insbesondere für den Studiengang *International Business* (M.A.), beinhalten bereits Möglichkeiten eines *Dual Degree* mit Finanzfokus (z.B. an der Regent's University London). Eine Erweiterung dieser Abkommen auf den neuen Studiengang Finance (M.A.) ist avisiert. Mit Abschluss entsprechender Kooperationsverträge wird die MBS den möglichen Erwerb eines *Dual Degree* auf ihrer Internetseite öffentlich kommunizieren.

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Studiengänge 01 International Marketing and Brand Management (M.A.) und 02 Innovation and Entrepreneurship (M.A.)

Das Gutachtergremium begrüßt die Möglichkeit, einen *Dual Degree* abzuschließen. Diese Variante schafft einen Mehrwert in der interkulturellen Entwicklung und Ausbildung der Studierenden. Nach Darstellung der Verwaltungsmitarbeitenden entscheiden sich allerdings nur wenige Studierende für diese Studienvariante.

Die Abschlüsse sind durch entsprechende Kooperationsverträge mit den jeweiligen Partnerhochschulen geregelt. Die Verträge werden standardmäßig alle fünf Jahre geprüft. Einige der vorgelegten Kooperationsverträge laufen in den kommenden Jahren 2025 und 2026 aus (beispielsweise mit der Regent's University London, der Queen Mary University of London und der Boston University). Die Hochschule ist nach Darstellung der zuständigen Mitarbeitenden bereits im engen Austausch mit den betroffenen Partnerhochschulen, um die Verträge zu verlängern.

Studiengang 03 Finance (M.A.)

Für den zur Konzeptakkreditierung vorliegenden Studiengang liegen noch keine entsprechenden Kooperationsverträge vor. Die Hochschule avisiert insbesondere bereits bestehende Kooperationsverträge mit Partnerhochschulen mit einem Studiengangsangebot im Finanzbereich auf den Studiengang zu erweitern. Die Hochschule wartet hierfür auf einen positiven Akkreditierungsbeschluss ab.

Entscheidungsvorschlag

Studiengänge 01 International Marketing and Brand Management (M.A.) und 02 Innovation and Entrepreneurship (M.A.)

Erfüllt.

3 Begutachtungsverfahren

3.1 Allgemeine Hinweise

Im Zuge des Verfahrens hat die Hochschule folgende Unterlagen zusätzlich oder aktualisiert nachgereicht:

- Allgemeine Prüfungsordnung (PO)
- Ausschreibungen Professuren *Finance and Accounting*
- AoL Bewertungsbogen
- Beispielhafte Learning Agreements
- Bewertungshilfe für Abschlussarbeiten
- Curriculumsübersichten (alle Studiengänge)
- Diploma Supplements (alle Studiengänge)
- Dual Degree Kooperationsabkommen (Studiengänge International Marketing and Brand Management (M.A.) und Innovation and Entrepreneurship (M.A.))
- Evaluationsbogen Auslandssemester
- Fragebogen Lehrevaluation
- Lehrverflechtungsmatrix, Lehrquote und Lebensläufe der Lehrenden (Studiengang Finance (M.A.))
- Modulhandbücher (alle Studiengänge)
- Notenbogen für Abschlussarbeiten
- Praktikumsordnung
- Qualitätshandbuch
- Selbstbericht
- Studien- und Prüfungsordnung (SPO) (alle Studiengänge)

Durch diese Nachreichungen konnten Auflagenempfehlungen entfallen.

3.2 Rechtliche Grundlagen

Akkreditierungsstaatsvertrag

Bayerische Verordnung zur Regelung der Studienakkreditierung nach dem Studienakkreditierungsstaatsvertrag (Bayerische Studienakkreditierungsverordnung – BayStudAkkV vom 13.04.2018)

3.3 Gutachtergremium

a) Hochschullehrerinnen / Hochschullehrer

Prof. Dr. Ronny Baierl, HTW Dresden, Inhaber der Professur für Schlüsselqualifikationen und Institutedirektor des Zentrums für fachübergreifende Bildung

Prof. Dr. Victor Randall, Hochschule Coburg, Professor für Finanzwirtschaft, Finanzdienstleistungen, Financial Management

Prof. Dr. Kristina Steinbiß, ESB Business School Hochschule Reutlingen, Professorin für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre mit dem Schwerpunkt Marketing

b) Vertreterin der Berufspraxis

Janine Jaensch, Janine Jaensch Beratung & Immobilien, Inhaberin von Janine Jaensch Beratung & Immobilien

c) Studierender

Seyed Bahram Taghavi, Leuphana Universität, Betriebswirtschaftslehre (B.Sc.), Economics (B.Sc.)

4 Datenblatt

4.1 Daten zum Studiengang

Studiengang 01 International Marketing and Brand Management (M.A.)

Erfassung "Abschlussquote"²⁾ und "Studierende nach Geschlecht"

Studiengang: **Master International Marketing and Brand Management**

Angaben für den Zeitraum der vergangenen Akkreditierung³⁾ in Zahlen (Spalten 6, 9 und 12 in Prozent-Angaben)

semesterbezogene Kohorten	StudienanfängerInnen mit Studienbeginn in Semester X		AbsolventInnen in RSZ oder schneller mit Studienbeginn in Semester X			AbsolventInnen in ≤ RSZ + 1 Semester mit Studienbeginn in Semester X			AbsolventInnen in ≤ RSZ + 2 Semester mit Studienbeginn in Semester X		
	insgesamt	davon Frauen	insgesamt	davon Frauen	Abschluss- quote in %	insgesamt	davon Frauen	Abschluss- quote in %	insgesamt	davon Frauen	Abschluss- quote in %
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	(11)	(12)
SS 2024 ¹⁾											
WS 2023/2024	14	10	k.A. ⁴⁾	k.A. ⁴⁾	---	k.A. ⁴⁾	k.A. ⁴⁾	---	k.A. ⁴⁾	k.A. ⁴⁾	---
SS 2023											
WS 2022/2023	14	11	1	1	7%	1	1	7%	k.A. ⁴⁾	k.A. ⁴⁾	---
SS 2022											
WS 2021/2022	20	12	0	0	0%	4	3	20%	11	7	55,00%
SS 2021											
WS 2020/2021	18	13	0	0	0%	8	5	44%	16	12	88,89%
SS 2020											
WS 2019/2020	17	10	0	0	0%	0	0	0%	7	3	41,18%
Insgesamt	83	56	1	1	1%	13	9	19%	34	22	61,82%

¹⁾Geben Sie absteigend die Semester der gültigen Akkreditierung ein, die in Spalte 1 eingegebenen Semesterangaben sind beispielhaft.

²⁾Definition der kohortenbezogenen Abschlussquote: AbsolventInnen, die ihr Studium in RSZ plus bis zu zwei Semester absolviert haben.

Berechnung: "Absolventen mit Studienbeginn im Semester X" geteilt durch "Studienanfänger mit Studienbeginn im Semester X", d.h. für jedes Semester; hier beispielhaft ausgehend von den AbsolventInnen in RSZ + 2 Semester im WS 2012/2013.

³⁾Das gilt auch für bereits laufende oder noch nicht akkreditierte Studiengänge.

⁴⁾Berichtssemester noch nicht beendet

Erfassung "Notenverteilung"

Studiengang: **Master International Marketing and Brand Management**

Notenspiegel der Abschlussnoten des Studiengangs

Angaben für den Zeitraum der vergangenen Akkreditierung²⁾ in Zahlen für das jeweilige Semester

Abschlussemester	Sehr gut	Gut	Befriedigend	Ausreichend	Mangelhaft/ Ungenügend
	≤ 1,5	> 1,5 ≤ 2,5	> 2,5 ≤ 3,5	> 3,5 ≤ 4	> 4
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
SS 2024 ¹⁾	0	1	1	0	0
WS 2023/2024	3	5	0	0	0
SS 2023	1	3	1	0	0
WS 2022/2023	1	8	0	0	0
SS 2022	2	13	1	0	0
WS 2021/2022	0	6	1	0	0
SS 2021	0	0	0	0	0
WS 2020/2021	0	0	0	0	0
SS 2020	k.A. ³⁾				
WS 2019/2020	k.A. ³⁾				
Insgesamt	7	36	4	0	0

¹⁾Geben Sie absteigend die Semester der gültigen Akkreditierung ein, die in Spalte 1 eingegebenen Semesterangaben sind beispielhaft.

²⁾Das gilt auch für bereits laufende oder noch nicht akkreditierte Studiengänge.

³⁾Studiengang beginnt erstmals im WS 2019/20: Ende RSZ: WS 2020/21

Erfassung "Studiendauer im Verhältnis zur Regelstudienzeit (RSZ)"

Studiengang: **Master International Marketing and Brand Management**

Angaben für den Zeitraum der vergangenen Akkreditierung²⁾ in Zahlen für das jeweilige Semester

Abschlusssemester	Studiendauer in RSZ oder schneller	Studiendauer in RSZ + 1 Semester	Studiendauer in RSZ + 2 Semester	Studiendauer in > RSZ + 2 Semester	Gesamt (= 100%)
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
SS 2024 ¹⁾	0	0	0	2	2
WS 2023/2024	0	1	7	0	8
SS 2023	0	4	0	1	5
WS 2022/2023	0	0	9	0	9
SS 2022	0	8	0	8	16
WS 2021/2022	0	0	7	0	7
SS 2021	0	0	0	0	0
WS 2020/2021	0	0	0	0	0
SS 2020	0	0	0	0	0
WS 2019/2020	0	0	0	0	0

¹⁾ Geben Sie absteigend die Semester der gültigen Akkreditierung ein, die in Spalte 1 eingegebenen Semesterangaben sind beispielhaft.

²⁾ Das gilt auch für bereits laufende oder noch nicht akkreditierte Studiengänge.

Studiengang 02 Innovation and Entrepreneurship (M.A.)

Erfassung "Abschlussquote"²⁾ und "Studierende nach Geschlecht"

Studiengang: **Master Innovation and Entrepreneurship**

Angaben für den Zeitraum der vergangenen Akkreditierung³⁾ in Zahlen (Spalten 6, 9 und 12 in Prozent-Angaben)

semesterbezogene Kohorten	StudienanfängerInnen mit Studienbeginn in Semester X		AbsolventInnen in RSZ oder schneller mit Studienbeginn in Semester X			AbsolventInnen in ≤ RSZ + 1 Semester mit Studienbeginn in Semester X			AbsolventInnen in ≤ RSZ + 2 Semester mit Studienbeginn in Semester X		
	insgesamt	davon Frauen	insgesamt	davon Frauen	Abschluss- quote in %	insgesamt	davon Frauen	Abschluss- quote in %	insgesamt	davon Frauen	Abschluss- quote in %
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	(11)	(12)
SS 2024 ¹⁾											
WS 2023/2024	16	9	k.A. ⁴⁾	k.A. ⁴⁾	---	k.A. ⁴⁾	k.A. ⁴⁾	---	k.A. ⁴⁾	k.A. ⁴⁾	---
SS 2023											
WS 2022/2023	8	3	4	1	50%	5	1	63%	k.A. ⁴⁾	k.A. ⁴⁾	---
SS 2022											
WS 2021/2022	10	4	1	0	10%	7	4	70%	9	4	90,00%
SS 2021											
WS 2020/2021	11	5	1	0	9%	9	5	82%	10	5	90,91%
SS 2020											
WS 2019/2020	8	4	0	0	0%	2	1	25%	6	3	75,00%
Insgesamt	53	25	6	1	16%	23	11	62%	25	12	86,21%

¹⁾ Geben Sie absteigend die Semester der gültigen Akkreditierung ein, die in Spalte 1 eingegebenen Semesterangaben sind beispielhaft.

²⁾ Definition der kohortenbezogenen Abschlussquote: AbsolventInnen, die ihr Studium in RSZ plus bis zu zwei Semester absolviert haben.

Berechnung: "Absolventen mit Studienbeginn im Semester X" geteilt durch "Studienanfänger mit Studienbeginn im Semester X", d.h. für jedes Semester; hier beispielhaft ausgehend von den AbsolventInnen in RSZ + 2 Semester im WS 2012/2013.

³⁾ Das gilt auch für bereits laufende oder noch nicht akkreditierte Studiengänge.

⁴⁾ Berichtssemester noch nicht beendet

Erfassung "Notenverteilung"

Studiengang: **Master Innovation and Entrepreneurship**

Notenspiegel der Abschlussnoten des Studiengangs

Angaben für den Zeitraum der vergangenen Akkreditierung²⁾ in Zahlen für das jeweilige Semester

Abschlusssemester	Sehr gut	Gut	Befriedigend	Ausreichend	Mangelhaft/ Ungenügend
	≤ 1,5	> 1,5 ≤ 2,5	> 2,5 ≤ 3,5	> 3,5 ≤ 4	> 4
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
SS 2024 ¹⁾	1	0	1	0	0
WS 2023/2024	1	3	1	0	1
SS 2023	1	6	0	0	0
WS 2022/2023	0	3	1	0	0
SS 2022	2	7	1	0	0
WS 2021/2022	0	3	0	0	0
SS 2021	1	1	0	0	0
WS 2020/2021	0	0	0	0	0
SS 2020	k.A. ³⁾				
WS 2019/2020	k.A. ³⁾				
Insgesamt	6	23	4	0	1

¹⁾ Geben Sie absteigend die Semester der gültigen Akkreditierung ein, die in Spalte 1 eingegebenen Semesterangaben sind beispielhaft.

²⁾ Das gilt auch für bereits laufende oder noch nicht akkreditierte Studiengänge.

³⁾ Studiengang beginnt erstmals im WS 2019/20 Ende RSZ: WS 2020/21

Erfassung "Studiendauer im Verhältnis zur Regelstudienzeit (RSZ)"

Studiengang: **Master Innovation and Entrepreneurship**

Angaben für den Zeitraum der vergangenen Akkreditierung²⁾ in Zahlen für das jeweilige Semester

Abschlusssemester	Studiendauer in RSZ oder schneller	Studiendauer in RSZ + 1 Semester	Studiendauer in RSZ + 2 Semester	Studiendauer in > RSZ + 2 Semester	Gesamt (= 100%)
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
SS 2024 ¹⁾	0	1	0	1	2
WS 2023/2024	4	0	1	0	5
SS 2023	0	6	0	1	7
WS 2022/2023	1	0	2	1	4
SS 2022	0	8	0	2	10
WS 2021/2022	0	0	3	0	3
SS 2021	0	2	0	0	2
WS 2020/2021	0	0	0	0	0
SS 2020	0	0	0	0	0
WS 2019/2020	0	0	0	0	0

¹⁾ Geben Sie absteigend die Semester der gültigen Akkreditierung ein, die in Spalte 1 eingegebenen Semesterangaben sind beispielhaft.

²⁾ Das gilt auch für bereits laufende oder noch nicht akkreditierte Studiengänge.

Studiengang 03 Finance (M.A.)

Nicht relevant, da Konzeptakkreditierung.

4.2 Daten zur Akkreditierung

Vertragsschluss Hochschule – Agentur:	10.04.2024
Eingang der Selbstdokumentation:	16.10.2024
Zeitpunkt der Begehung:	4. und 05.12.2024
Personengruppen, mit denen Gespräche geführt worden sind:	Hochschulleitung, Studiengangsleitungen, Lehrende, Studierende und Absolventinnen (aus den <u>Studiengängen 01: International Marketing and Brand Management (M.A.)</u> und <u>02: Innovation and Entrepreneurship (M.A.)</u> sowie aus einem weiteren vergleichbaren Studiengang mit Finanzschwerpunkt <u>International Business (M.A.)</u>), Verwaltungsmitarbeitende
An räumlicher und sächlicher Ausstattung wurde besichtigt (optional, sofern fachlich angezeigt):	Seminarräume, Hörsäle, Study Center, Study Room, EY Lounge, Computer Lab, Bibliothek

Studiengänge 01 International Marketing and Brand Management (M.A.) und 02 Innovation and Entrepreneurship (M.A.)

Erstakkreditiert am:	Von 21.03.2019 bis 31.03.2025
Begutachtung durch Agentur:	FIBAA

Studiengang 03 Finance (M.A.)

Nicht relevant, da Konzeptakkreditierung.

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.
Prüfbericht	Der Prüfbericht wird von der Agentur erstellt und bewertet die Erfüllung der formalen Kriterien
Reakkreditierung	Erneute Akkreditierung, die auf eine vorangegangene Erst- oder Reakkreditierung folgt.
StAkkrStV	Studienakkreditierungsstaatsvertrag