

## Bewertungsbericht zum Akkreditierungsantrag der Universität Kassel,

### Fachbereich Wirtschaftswissenschaften

- Weiterbildender Studiengang European Master in Business Studies (M.A.)
  - Master-Studiengang Marketing und Dialogmarketing (MBA)

Bezeichnung Studiengang lt. PO (bei Kombinationsstudiengängen mit Auflistung beteiligter Fächer/ Teilstudiengänge*)	Bezeichnung Abschluss	Studienbeginn/Ersteinrichtung	Befristung der vorangegangenen Akkreditierung	ECTS-Punkte	Regelstudienzeit (in Studienjahren)	Art des Lehrangebots (Vollzeit, berufsbegleitend, dual)	Jährliche Aufnahmekapazität	Master	
								k = konsekutiv n = nicht konsekutiv w = weiterbildend	a = anwendungsorientiert f = forschungsorientiert k = künstlerisch
EMBS	M.A.	WS 2009	-	120	4 Sem.	Vollzeit	~30	n	a
Marketing und Dialogmarketing	MBA	SoSe 2010	-	90	4 Sem.	berufsbegleitend	max. 20	w	a

Dokumentation zum Antrag eingegangen am xx.September 2009

Datum der Peer-Review: 9. Oktober 2009

Betreuender Referent: Dr. Gerhard Schreier

Gutachter:

**Prof. Dr. Dieter Bender**, Ruhr-Universität Bochum, Internationale Wirtschaftspolitik

**Prof. Dr. Günter Silberer**, Universität Göttingen, Marketing

**Prof. Dr. Hans Klaus**, Fachhochschule Kiel, ABWL / Unternehmensführung

**Dr. Helmuth Schöning**, HSG Consultancy GmbH, Hamburg

**Björn Stecher**, FHTW Berlin, Wirtschaftsrecht (Studierender)

**Hannover, 2. November 2009**

## Vorbemerkung

### Abschnitt I: Studiengangsübergreifende Kriterien zur Akkreditierung

#### 1 Systemsteuerung der Hochschule (Kriterium 1, AR-Drs. 15/2008)

Das Kriterium ist erfüllt.

Die Universität Kassel verfolgt eine dezidierte Strategie der Internationalisierung, die sich lt. Antragsunterlagen auf Lehre und Studium, Nachwuchsförderung und Forschung erstrecken soll. Sie will sich hier von anderen Hochschulen und vom Durchschnitt abheben. 2007 wurde die Weiterführung des Internationalisierungskonzeptes mit der Ausweitung englischsprachiger Lehrangebote und der Integration von Auslandsaufenthalten in den BA-Studiengängen zur Verbesserung der interkulturellen Kompetenzen der Studierenden beschlossen. Der Entwicklungsplan für den Zeitraum 2005 bis 2009 weist ferner die Einführung der Bachelor-Master-Struktur (bis 2010), die Förderung von Frauen in technik- und naturwissenschaftlichen Studiengängen und den verstärkten Einsatz neuer Medien in der Lehre aus. Auf dem Berufsmarkt wettbewerbsfähige Studiengänge sind Gegenstand der mit dem MWK 2006 auf fünf Jahre geschlossenen Zielvereinbarung.

Mit der zweiten Phase des Internationalisierungskonzeptes (seit 2006) hat die Hochschule diesen Entwicklungsschwerpunkt durch Formulierung strategischer Ziele verstärkt, der durch ausgewiesene Kennzahlen fortlaufend evaluiert wird. Wichtige Ziele sind der Ausbau internationaler Masterstudiengänge, die Ausweitung englischsprachiger Lehrangebote, die Integration von Auslandssemestern oder -phasen und die Erweiterung interkultureller Kompetenzen eine besondere Rolle.

Im Akkreditierungsantrag wird ausgeführt, dass an der Universität Kassel in erster Linie die Fächer auf der Grundlage von Strukturplänen die Verantwortung für das Studienangebot und die Hinführung der Studierenden auf die definierten Bildungsziele tragen. Bei der Festlegung der Bildungsziele berücksichtigt die Hochschule die Vorgaben des Akkreditierungsrates und der KMK, einschließlich des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse.

Die Hochschule hat ihr eigenes Qualitätsverständnis von Studium und Lehre entwickelt und dokumentiert, das sich auch in den Qualifikationszielen der zu akkreditierenden Studiengänge niederschlägt. In den Unterlagen zum Studiengang Marketing und Dialogmarketing sind die Qualifikationsziele zum Teil recht allgemein beschrieben; konkretere Qualifikationsziele würden eine präzisere Qualitätskontrolle ermöglichen. Die Hochschule verfügt in der Lehre über ein umfassendes Qualitätssicherungskonzept. Durch Beteiligung der hochschulpolitischen Entscheidungs- sowie der Beratungsgremien ist die Weiterentwicklung von Studium und Lehre sowie die Qualitätssicherung als hochschulweites Thema verankert. Das Gesamtverfahren wird über den Vizepräsidenten für Lehre und Studium gesteuert.

## **2 Durchführung der Studiengänge (Kriterium 5, AR-Drs. 15/2008)**

Das Kriterium ist im Wesentlichen erfüllt.

Die zu akkreditierenden Studiengänge sind ausreichend versorgt mit hauptamtlich Lehrenden in der zu erwartenden disziplinären Breite und Qualifikation. Dies ist in den Antragsdokumenten, auch unter Berücksichtigung von Lehrverflechtungen, nachvollziehbar dokumentiert. Für den Studiengang „Marketing und Dialogmarketing“ gilt dies mit gewissen Einschränkungen, da im Modulhandbuch für sieben der 14 vorgesehenen Lehrveranstaltungen die Dozenten noch mit dem Vorbehalt „angefragt“ versehen oder als „N.N.“ ausgewiesen sind.

Die Durchführung der Studiengänge hinsichtlich der qualitativen und quantitativen räumlichen und sächlichen Ausstattung ist sichergestellt. Durch ein System aufeinander aufbauender Ressourcenverantwortlichkeiten innerhalb der Universität Kassel ist lt. Antragsdokumentation eine hohe Berechenbarkeit und langfristige Planbarkeit der Ausstattung der Fächer gewährleistet. Die zu akkreditierenden Studiengänge werden als ressourcenseitig gesichert bezeichnet.

Die Studienorganisation gewährleistet die Umsetzung des Studiengangskonzeptes und sieht unterstützende Instrumente wie Tutorien und eine umfangreiche Palette fachlicher, überfachlicher und allgemeiner Studienberatung vor. Die Studierbarkeit der zu akkreditierenden Studiengänge ist organisatorisch sichergestellt.

Die Belange von Studierenden mit Behinderung werden berücksichtigt. Gegenteilige Erkenntnisse liegen nicht vor.

## **3 Prüfungssystem (Kriterium 6, AR-Drs. 15/2008)**

Das Kriterium ist mit Einschränkungen erfüllt.

Es liegen vollständige und verständliche Allgemeine Bestimmungen für Prüfungsordnungen mit den Abschlüssen Bachelor und Master (i.e. Rahmenordnung) und studiengangsspezifische Prüfungsordnungen vor. Die Prüfungen orientieren sich am Erreichen und Überprüfen von definierten Bildungszielen und sind modulbezogen sowie grundsätzlich wissens- und kompetenzorientiert ausgestaltet. Die Prüfungsdichte und -organisation ist adäquat und belastungsangemessen.

Anzahl und Organisation der Prüfungen stehen der Studierbarkeit nicht entgegen. Im Modulhandbuch des European Master ist die Art der jeweiligen Prüfung offen gelassen; es empfiehlt sich jedoch, diese nach Möglichkeit im Vorhinein zu bestimmen und Studierenden die Möglichkeit zu geben, sich darauf frühzeitig einzustellen. Die Module werden durch Prüfungen abgeschlossen. Diese bestehen in der Regel aus Modulteilprüfungen. Gemäß Rahmenordnung (§12 Abs. 4) wird die Modulnote als Durchschnitt zu gleichen Teilen aus den einzelnen Teilprüfungen errechnet. Die Hochschule sollte deshalb darauf hinwirken, dass den Anforderungen an eine Modulprüfung genüge getan wird. Leistungspunkte werden nur für erfolgreich absolvierte Module vergeben. Die im Studiengang „Marketing und Dialogmarketing“ vorgesehene Vergabe von bis zu 30 Leistungspunkten für berufliche Praxis entspricht jedoch nicht den Vorgaben, weil nicht hinreichend ersichtlich ist, für welche Kompetenzen diese Anrechnung erfolgt. Dies ist ein nicht wesentlicher Mangel.

Modulprüfungen gehen zu 87,5 Prozent (EMBS) bzw. 80 Prozent (Marketing und Dialogmar-

keting) in die Abschlussnote ein und sind damit hinreichend endnotenrelevant gewichtet.

Die Rahmenordnung regelt, dass die Fristen für Prüfungen so zu bemessen sind, dass nicht erfolgreich absolvierte Prüfungen ohne Studienzeiterlängerung wiederholt werden können (§ 17). Die Studierenden melden sich individuell zu jeder Prüfung an. Die Prüfungsordnungen wurden einer eingehenden Rechtsprüfung unterzogen.

Ein Anspruch auf Nachteilsausgleich für behinderte Studierende hinsichtlich zeitlicher und formaler Vorgaben im Studium sowie bei allen abschließenden oder studienbegleitenden Leistungsnachweisen und im Rahmen von Eignungsfeststellungsverfahren ist durch entsprechende Regelung in den Prüfungsordnungen gewährleistet.

#### **4      **Transparenz und Dokumentation** (Kriterium 7, AR-Drs. 15/2008)**

Das Kriterium ist erfüllt.

Die Anforderungen hinsichtlich Studiengang, Studienverlauf und Prüfungen, einschließlich der Nachteilsausgleichsregelungen für Studierende mit Behinderung, sind durch geeignete Dokumentationen und hochschulinterne Veröffentlichungen bekannt. Laut Antragsdokumentation sind alle studienrelevanten Dokumente über das hochschulinterne Netz zugänglich.

Diploma Supplement und Transcript of Records geben Auskunft über Profil und Inhalte des Studiengangs sowie über den individuellen Studienverlauf.

#### **5      **Qualitätssicherung** (Kriterium 8, AR-Drs. 15/2008)**

Das Kriterium ist weitgehend erfüllt.

Die Hochschule hat einen umfassenden Ansatz für ein hochschulinternes Qualitätsmanagement. Es existieren hochschulweit gültige Kriterien und ein auf sie ausgerichtetes Controlling der Erfolgsmessung und Steuerung im Bereich von Studium und Lehre. Die Gutachter empfehlen zu überprüfen, inwieweit dies die Organisation auf Fakultäts- und Studiengangsebene tatsächlich durchdringt. Es erschien teilweise unklar, wer welche Steuergrößen verantwortlich nachhält und für die Durchdringung sorgt. Die Gesprächspartner vor Ort bezogen sich bei entsprechenden Nachfragen mehrfach auf gegenseitiges persönliches Vertrauen; dies ist gewiss eine notwendige, allerdings nicht in allen Hinsichten hinreichende Basis für ein gelingendes Qualitätsmanagement.

Die im Rahmen der Lehrveranstaltungsevaluation eingesetzten Erhebungsinstrumente sind sachgerecht. Die Studierenden werden systematisch befragt und die Ergebnisse im Abstand von 3-4 Jahren in einem Lehr- und Studienbericht für die gesamte Universität vorgelegt, mittlerweile in 7. Auflage. Seit Ende 2007 wurde mit der Durchführung von Absolventenbefragungen begonnen. Auch hier sollte darauf hingewirkt werden, dass die Ergebnisse dieser Befragungen, die das INCHER-Kassel erhebt, in die Studiengangsplanungen zurückwirken. Durch das offene akademische Klima gelingen auch für die Qualitätssicherung wichtige formative Evaluationselemente. Dies belegt die im Rahmen der Vor-Ort-Begehung durchgeführte Befragung von Studierenden.

Es existieren hochschulweite Rahmenvorgaben zur Modularisierung / ECTS-Vergabe, für die Vermittlung von Schlüsselkompetenzen und für Praxismodule, deren Einhaltung bei Neueinrichtung von Studiengängen nach einem festgelegten Verfahrensablauf zu überprüfen ist.

Das Konzept jedes neuen Studiengangs muss der Hochschulleitung zur Genehmigung vorgelegt werden. Ein Servicecenter bietet didaktische Weiterbildung für Lehrende sowie Unterstützung beim Einsatz neuer Medien an. Die Universität Kassel ist darüber hinaus Mitglied in dem überwiegend von hessischen Hochschulen getragenen Hochschulnetzwerk ENWISS (Darmstadt), das seit 2003 auf freiwilliger Basis fachbezogene externe Evaluationen bei ihren Mitgliedshochschulen durchführt. Die Wirtschaftswissenschaften in Kassel waren jedoch bislang nicht in dieses Verfahren einbezogen.

Zum standortübergreifenden Qualitätsmanagement ist festzustellen, dass die Dokumentation des EMBS-Studiengangs keine detaillierten Berichte über Qualitätsprüfungen in den Partnerhochschulen enthält. Vorgelegt wurden aber allgemeine Beschreibungen der nationalen Qualitätssicherungsstandards und - im Falle der Universität Trento - der internen Abläufe, mit denen die Universität diese Vorgaben umsetzt.

Es liegt ferner eine Memorandum of Cooperation der vier Hochschulleitungen mit allen wesentlichen Regelungen zum Studiengang EMBS vor; darin versichern sich die Partnerhochschulen gegenseitig unter anderem, dass sie in ihrem jeweiligen curricularen Verantwortungsbereich die Einhaltung der akademischen Standards und der regionalen bzw. nationalen Vorgaben bezüglich Zulassung, Steuerung, Betrieb, Überwachung, Berichterstattung und Überprüfung des Studienprogramms sicherstellen (Abschnitt 3.1). Darüber hinaus erklären sich die vier Partnerhochschulen auch gemeinschaftlich verantwortlich für die akademische Ausrichtung, Entwicklung und Qualität des Programms. Ein gemeinsames Management Committee ist für die Steuerung der Durchführung des Studiengangs verantwortlich.

Belegt ist durch Dokumentation und mündliche Erläuterungen

- ein fest vereinbartes Ausbildungsprogramm zwischen den Partnerhochschulen und
- dass jede Partnerhochschule einen substanziellen Teil der Ausbildung durchführt;
- Einheitliche Regelungen zu Prüfungsfragen und Studienablauf;
- das Erreichen des Niveaus des deutschen Grades;
- die längerfristige Zusammenarbeit der Partnerhochschulen in einem internationalen Hochschul-Netzwerk.

Der Mehrwert eines gemeinsamen Abschlusses kann im vorliegenden Fall somit als gegeben betrachtet werden. Auf Befragen versichern die während der Vor-Ort-Begehung anwesenden Vertreter der Partnerhochschulen aus Spanien und Frankreich, dass ungeachtet der Unterschiede in den Akkreditierungsverfahren die nationalen Anforderungen an Qualitätssicherung erfüllt werden.

## **Abschnitt II: Auf die Studiengänge bezogene Kriterien zur Akkreditierung**

### **II.1 Studiengang European Master in Business Studies (M.A.)**

#### **1.1 Zusammenfassende Darstellung der Studiengänge**

Der Antrag enthält eine Kurzbeschreibung des zu akkreditierenden Studiengangs in deutscher und in englischer Sprache. Die Charakterisierung des Studiengangs als nicht konsekutiver Studiengang ist zutreffend.

#### **1.2 Studiengangsspezifische Besonderheiten**

Der viersemestrige Studiengang ist ein Joint Programme, das gemeinsam mit den Universitäten Trento (Italien – 1. Semester), Savoie in Annecy (Frankreich – 2. Semester) und León (Spanien – 4. Semester) durchgeführt wird. Das 3. Semester findet in Kassel statt, Der Abschluss ist ein Joint Degree der vier Partneruniversitäten. Die Studierenden werden international rekrutiert, Unterrichtssprache ist durchgängig englisch.

#### **1.3 Qualifikationsziele des Studiengangskonzeptes (Kriterium 2, AR-Drs. 15/2008)**

Das Kriterium ist erfüllt.

Das Studiengangskonzept orientiert sich an fachlichen und überfachlichen Qualifikationszielen, die dem angestrebten Ausbildungsziel und Abschlussniveau entsprechen, und ist im Akkreditierungsantrag nachvollziehbar beschrieben und begründet. Die „wissenschaftliche, auf Praxisprobleme ausgerichtete Ausbildung einer internationalen Studentengruppe auf Master-Niveau mit Blick auf internationale Management-Führungsaufgaben“ soll befähigen, alle wesentlichen Berufsfelder in international orientierten Unternehmen qualifiziert auszuführen.

Aufgrund der im Rahmen der Vor-Ort-Begehung erhobenen Befunde ist davon auszugehen, dass die Absolventen die dem Abschlussgrad entsprechende Befähigung erreichen; es empfiehlt sich allerdings, schrittweise Wahlmöglichkeiten (electives) einzuführen, auch im Sinne einer Abrundung des Studienprogramms, wobei inhaltlich vor allem Projektmanagement, Produktion und Logistik, globale Beschaffung, Führungslehre sowie Wirtschaftsendgisch in Betracht kommen. Durch ein ausgewogenes Verhältnis von Grundlagen und Anwendungen, Praxisphasen und Praxisverknüpfungen sowie Angeboten zum Erwerb von Schlüsselkompetenzen ist der Studienabschluss in besonderer Weise berufsbefähigend. Die Persönlichkeitsbildung der Studierenden wird durch Studien- und Unterrichtsformen sowie Studienangebote mit inter- und transdisziplinären Inhalten in besonderer Weise gefördert. Soziale Verantwortung fördernde Inhalte könnten verstärkt werden.

Die Studierenden des Studiengangs EMBS äußern sich in Gespräch sehr zufrieden mit dem Lehrangebot, der Betreuung und der Kommunikation.



#### **1.4 Konzeptionelle Einordnung des Studiengangs in das Studiensystem (Kriterium 3, AR-Drs. 15/2008)**

Das Kriterium ist erfüllt.

Der Studiengang vermittelt die Fach- und Methodenkompetenz in einer der angestrebten Qualifikationsstufe weitgehend adäquaten Weise und befähigt die Studierenden zum Wissenstransfer. Wie die Studierenden bestätigen, fördert der Studiengang ihre sozialen und kommunikativen Kompetenzen in besonderer Weise.

Die vorgesehene Gesamtstudiedauer entspricht den Ländergemeinsamen Strukturvorgaben. Die gesetzlichen und fachspezifischen Zugangsvoraussetzungen sind mit der Anforderung, Vorkenntnisse im Umfang von 50 Prozent der Inhalte eines rein wirtschaftswissenschaftlichen Studiums nachzuweisen, nur bedingt für ein nicht konsekutives Studienprogramm gegeben. Für die Zulassung gelten weitere besondere Zugangsvoraussetzungen (Mindestnote, englische Sprachkenntnisse nach TOEFL 550, Auswahlgespräch, ggf. Absolvierung von Brückenkursen). Das Studiengangsprofil ist mit „anwendungsorientiert“ zutreffend bezeichnet und im Diploma Supplement ausgewiesen. Die gewählte Abschlussbezeichnung „nicht konsekutiv“ ist zutreffend und entspricht den KMK-Strukturvorgaben. Die Prüfungsordnung legt jedoch fest, dass Bewerber ausreichende wirtschaftswissenschaftliche Kenntnisse - mindestens 50 Prozent der für einen rein wirtschaftswissenschaftlichen Studiengang erforderlichen Inhalte – nachweisen müssen. Es werden mit dem Abschluss insgesamt 300 ECTS-Punkte erreicht, die studentische Arbeitsbelastung beträgt 60 ECTS-Punkte im Studienjahr. Die in der Modulübersicht ausgewiesene Gesamtzahl von 480 ECTS-Punkten ist auf 120 zu korrigieren.

Die Modularisierung und die Modulbeschreibungen entsprechen den KMK-Strukturvorgaben. Die Module stellen thematische Verbindungen unterschiedlicher Lehrveranstaltungen dar. Die Modulbeschreibungen sind nicht auf der EMBS-Homepage abrufbar, sodass Interessenten sich auf diesem Wege keine umfassende Information über die Inhalte des Studienangebots verschaffen können.

#### **1.5 Das Studiengangskonzept (Kriterium 4, AR-Drs. 15/2008)**

Das Kriterium ist weitgehend erfüllt.

Das Studiengangskonzept umfasst die Vermittlung von Fachwissen, übergreifendem Wissen sowie methodischer und generischer Kompetenzen in der erwarteten Qualität. Der Studiengang vermittelt im 1. Semester in Trento vertiefendes, insbesondere auf internationale Aspekte bezogenes Fach- und Methodenwissen in den klassischen Managementgebieten und aus benachbarten Disziplinen, die für das Management eine besondere Rolle spielen. Im 2. Semester in Annecy folgt eine Spezialisierung mit Blick auf marktorientierte Unternehmensführung. Module zu Marktforschung und zu Kommunikation sollen die Studierenden theoretisch-konzeptionell und praktisch mit zwei zentralen Aufgaben im Unternehmen vertraut machen und befähigen, selbständig in komplexen, international geprägten Situationen Lösungen zu entwickeln und Entscheidungen zu treffen. Management-Aufgaben des Marketing und europäische / internationale Unternehmensführung werden im 3. Semester in Kassel behandelt und im 4. Semester in León fortgesetzt und ergänzt. Die volkswirtschaftliche Komponente, insbesondere die internationale Ausrichtung der Module, befähigt die Studierenden zu einer besseren Integration des erworbenen Wissens. Die Master Thesis wird in Kassel begonnen und in León abgeschlossen. Das dreimonatige Praktikum zum Abschluss soll die Berufsfähigkeit erproben und den Übergang in die Berufskarriere vorbereiten.

Das Studiengangskonzept ist didaktisch und methodisch fundiert und zielführend im Hinblick auf definierte Qualifikationsziele. Überfachliche Kompetenzen werden durch die Lehr- und Prüfungsformen im 1. und 2. Semester eingeübt (z.B. Rhetorik, Präsentationstechniken, Teamverhalten, Konflikt-handhabung). Ein Unternehmensberatungsprojekt dient der Anwendung von Kompetenzen und soll der Persönlichkeitsentwicklung und Motivationssteigerung dienen. Eine Marktforschungsaufgabe für Unternehmen (EuroSurvey) bringt Studierende aus 10 oder mehr Ländern zusammen, wobei EMBS-Studenten als „Lead-Studenten“ mitwirken. Mit Blick auf den fortgeschrittenen Stand der Ausbildung finden im 3. und 4. Semester vermehrt interaktive Vermittlungsformen (z.B. Fallstudien) Anwendung. Durch den Ausbau spezifischer Lernformen könnte der kontrollierte Erwerb von Schlüsselkompetenzen weiter unterstützt werden.

Inhaltlich ist der Studiengang grob wie folgt gegliedert:

- Modul 1: European and International Commercial Law
- Modul 2: Organizational Behaviour and Human Resources Management
- Modul 3: Information System and ICT
- Modul 4: International Accounting
- Modul 5: International Strategic Management
- Modul 6: Consultancy Project
- Modul 7: Marketing Research
- Modul 8: Supply Chain Management
- Modul 9: Communication
- Modul 10: Customer Behaviour
- Modul 11: Economics
- Modul 12: Finance
- Modul 13: Marketing Management
- Modul 14: Services and Quality
- Modul 15: Innovation and Knowledge Management

Das Studiengangskonzept ist studierbar und umfasst ein adäquates Auswahlverfahren. Die Organisation des Studiengangs, die inhaltliche Strukturierung und zeitliche Sequenzierung der Lehrinhalte ermöglichen es, das Studium in der vorgesehenen Zeit und mit vertretbarem Aufwand zu absolvieren. Der Präsenzanteil der insgesamt 2.850 Zeitstunden (ohne Internship und Master Thesis) beträgt mit 1.015 Stunden knapp 36 Prozent des Gesamtvolumens.

## **II.2 Weiterbildender Studiengang Marketing und Dialogmarketing (MBA)**

### **2.1 Zusammenfassende Darstellung des Studiengangs**

Der Antrag enthält eine Kurzbeschreibung des zu akkreditierenden Studiengangs in deutscher und in englischer Sprache. Die Charakterisierung des Studiengangs als berufsbegleitender Weiterbildungsstudiengang ist zutreffend.

### **2.2 Studiengangsspezifische Besonderheiten**

Der Studiengang ist inhaltlich an den Anforderungen der Berufspraxis ausgerichtet. Die Studienorganisation ist auf Basis eines Blended-Learning-Konzepts flexibel gestaltet. Der Studi-



engang wird in Kooperation mit der Unternehmenspraxis entwickelt und umgesetzt. Partner ist das Siegfried Vögele Institut (SVI) in Königstein(Taunus), einer Tochter der Deutschen Post AG. Das SVI bietet durch umfangreiche Kontakte zu Marketing-Experten in Wissenschaft und Praxis gute Kooperationsmöglichkeiten und soll auch die Vermarktung des Studienprogramms aktiv fördern. Hier ist an Nachwuchsführungskräfte von Deutsche Post und DHL als Zielgruppen gedacht. Es wird überlegt, einzelne Module oder auch Lehrveranstaltungen als Weiterbildungskurse anzubieten und später auf das Masterprogramm anzurechnen. Die Präsenzzeiten sollen in der Regel in den Räumen des SVI stattfinden, die lt. Antragsunterlagen funktional ausgestaltet sind und über eine gut sortierte Fachbibliothek verfügen. Die Verantwortung für den Studiengang liegt ausschließlich bei der Universität Kassel.

Die praxisnahe Managerausbildung in Kooperation mit substanziellen Partnern wird von den Gutachtern positiv bewertet.

### **2.3 Qualifikationsziele des Studiengangskonzeptes (Kriterium 2, AR-Drs. 15/2008)**

Das Kriterium ist mit Einschränkungen erfüllt.

Das Studiengangskonzept orientiert sich an fachlichen und überfachlichen Qualifikationszielen, die dem angestrebten Ausbildungsziel und Abschlussniveau entsprechen, und ist im Akkreditierungsantrag nachvollziehbar beschrieben und begründet. Aufgrund des begutachteten Konzepts und der im Rahmen der Vor-Ort-Begehung gewonnenen Eindrücke ist davon auszugehen, dass die Absolventen des geplanten Studiengangs die dem Abschlussgrad entsprechende Befähigung erreichen. Durch die Vermittlung von Grundlagen und Anwendungen, Praxisphasen und Praxisverknüpfungen sowie implizit vermittelte Schlüsselkompetenzen ist der Studienabschluss berufsbefähigend. Die Planung sieht ein Wahlpflichtmodul vor. Persönlichkeitsbildende und soziale Verantwortung fördernde Inhalte könnten verstärkt werden. Spezifische Lernformen könnten den kontrollierten Erwerb von Schlüsselkompetenzen weiter unterstützen.

### **2.4 Konzeptionelle Einordnung des Studiengangs in das Studiensystem (Kriterium 3, AR-Drs. 15/2008)**

Das Kriterium ist mit Einschränkungen erfüllt.

Die Gutachter kamen nach Prüfung der Unterlagen und der vor Ort geführten Gespräche zu dem Ergebnis, dass der geplante Studiengang Fach- und Methodenkompetenz in einer der angestrebten Qualifikationsstufe weitgehend adäquaten Weise vermittelt, die Studierenden zum Wissenstransfer befähigt und ihre sozialen und kommunikativen Kompetenzen zu fördern geeignet ist.

Die vorgesehene Gesamtstudiedauer entspricht den Ländergemeinsamen Strukturvorgaben. Mindestvoraussetzung ist ein Bachelor-Abschluss mit 210 ECTS-Punkten und anschließend mindestens einjährige Berufspraxis. Im Einzelfall kann auch ein Auswahlgespräch vorgesehen werden. Die gesetzlichen und fachspezifischen Zugangsvoraussetzungen sind damit im Wesentlichen erfüllt. Allerdings können Bewerber, die lediglich 180 Credits aufweisen, die fehlenden Credits durch insgesamt dreijährige Berufserfahrung kompensieren. Die Anerkennung erfolgt lt. Prüfungsordnung in der Regel aufgrund schriftlicher Unterlagen. Die Gutachter sind der Auffassung, dass auf diese Weise nicht hinreichend sichergestellt ist, dass die beruflichen Erfahrungen einem Äquivalent von 30 ECTS-Punkten entsprechen. Sie sehen hierin einen nicht wesentlichen Mangel, der durch Ergänzung der einschlä-

gigen Regelung in der Prüfungsordnung zu beheben ist, um die Voraussetzungen zur Vergabe von ECTS-Punkten bei Anrechnungen von außerhalb des Hochschulbereiches erworbenen Kompetenzen zu gewährleisten. Ein Auswahlgespräch ist obligatorisch vorzusehen.

Das Profil des Masterstudiengangs ist mit „anwendungsorientiert“ zutreffend bezeichnet. Die gewählte Bezeichnung „weiterbildend“ ist zutreffend; Die Abschlussbezeichnung ist zutreffend und entspricht den KMK-Strukturvorgaben.

Übergänge aus anderen Studiengängen sind nach allgemeinen Anrechnungsbestimmungen von im Inland oder im Ausland absolvierten Studienzeiten sowie erbrachten Studien- und Prüfungsleistungen nach der Rahmenordnung (§18) im Grundsatz möglich.

Die Modularisierung und die Modulbeschreibungen entsprechen den KMK-Strukturvorgaben. Die Module stellen thematische Verbindungen unterschiedlicher Lehrveranstaltungen dar. Die Modulbeschreibungen sind nicht auf der Homepage der Fakultät abrufbar, sodass Interessenten sich auf diesem Wege keine umfassende Information über die Inhalte des Studienangebots verschaffen können.

## **2.5 Das Studiengangskonzept (Kriterium 4, AR-Drs. 15/2008)**

Das Kriterium ist mit Einschränkungen erfüllt.

Das Studiengangskonzept umfasst die Vermittlung von Fachwissen und übergreifendem Wissen sowie methodischer und generischer Kompetenzen. Der Studiengang soll zur Lösung praktischer (Dialog-) Marketingprobleme mit Hilfe wissenschaftlicher Kenntnisse und Methoden befähigen. Im Mittelpunkt steht die Vermittlung von spezifischem Fachwissen über Konzepte, Strategien, Instrumente und Verfahren zur Analyse, Implementierung und Bewertung von (Dialog-) Marketing-Aktivitäten. Der Studiengang ist als Weiterbildungsmaster anwendungsorientiert aufgebaut. Er steht auch Teilnehmern ohne wirtschaftswissenschaftlichen Hochschulabschluss offen.

Die Studieninhalte beziehen sich entsprechend der oben genannten Zielsetzung zum einen auf wesentliche Grundlagen und Entscheidungsbereiche des Marketing-Managements. Hierzu gehören neben konzeptionellen Grundlagen des Marketing als Konzept der marktorientierten Unternehmensführung auch sektorale Besonderheiten, die für die erfolgreiche Marketingimplementierung von großer Relevanz sind. Damit wird eine weitgehende Abdeckung der Marketinganwendungen, die in der Praxis anzutreffen sind, erreicht. Einen spezifischen Schwerpunkt bildet das Dialogmarketing. Neben konzeptionellen und medialen Grundlagen der Disziplin werden auch spezielle Entscheidungsbereiche im Rahmen des Kampagnen-Managements berücksichtigt. Die Themenstellungen für die Master-Thesis können in Absprache mit Unternehmen oder öffentlichen Institutionen generiert werden, um die Praxisrelevanz zu gewährleisten.

Inhaltlich ist der Studiengang grob wie folgt gegliedert:

- Modul 1: Grundlagen des Marketing-Management
- Modul 2: Marketing-Mix-Politik
- Modul 3: Sektorales Marketing (Wahlpflicht)
- Modul 4: Dialogmarketing-Grundlagen
- Modul 5: Kampagnen-Management im Dialogmarketing
- Modul 6: Spezielle Dialogmarketing-Anwendungen

- Modul 7: Master-Abschluss (Kolloquium und Thesis)

Das Studiengangskonzept ist didaktisch und methodisch fundiert und weitgehend zielführend im Hinblick auf definierte Qualifikationsziele. Der Lehr- und Studienbetrieb soll als Blended learning-Konzept mit Präsenzphasen, Studien-Handout, Online-Konferenzen und angeleitetem Selbststudium ausgestaltet werden.

Als Dozenten sollen neben Dozenten des Fachbereichs Wirtschaftswissenschaften der Universität Kassel auch einschlägige Dozenten anderer Hochschulen und akademisch vorgebildete Praktiker eingesetzt werden. Zum Zeitpunkt der Begehung waren diese noch nicht nominiert. Die Modulverantwortung obliegt Fachvertretern der Universität Kassel

Das Studiengangskonzept ist studierbar. Es umfasst ein adäquates Auswahlverfahren und entspricht als berufsbegleitendes Weiterbildungsstudium den spezifischen Anforderungen; Die Organisation des Studiengangs, die inhaltliche Strukturierung und zeitliche Sequenzierung der Lehrinhalte ermöglichen es, das Studium in der vorgesehenen Zeit und mit vertretbarem Aufwand in Teilzeitform zu absolvieren. Der Anteil der Kontaktstunden an den insgesamt 2.250 Zeitstunden (ohne Master Thesis) liegt mit 361 Stunden bei knapp 17 Prozent des Gesamtvolumens. Die Präsenzstunden finden mit Ausnahme jeweils einer Blockwoche zu Beginn der ersten drei Studienabschnitte mit insgesamt 45 Zeitstunden 14tägig freitags und samstags statt.

## **Abschnitt III: Abschließendes Votum der Gutachter/-innen**

### **III.1 European Master in Business Studies (M.A.)**

#### **1.1 Empfehlungen der Gutachter:**

- Die Gutachter empfehlen, den Absolventenverbleib und die Bedarfsentwicklung in den einschlägigen Berufsfeldern zu beobachten und in der Akquisition zu kommunizieren.
- Im Modulhandbuch ist die Art der jeweiligen Prüfung offen gelassen; es empfiehlt sich jedoch, dies nach Möglichkeit im Vorhinein zu bestimmen und Studierenden somit die Möglichkeit zu geben, sich darauf frühzeitig einzustellen.
- Gemäß Rahmenordnung (§12 Abs. 4) wird die Modulnote als Durchschnitt zu gleichen Teilen aus den einzelnen Modulteilprüfungen errechnet. Seitens der Hochschule sollte darauf hingewirkt werden, dass auch den Anforderungen an eine Modulprüfung genüge getan wird.

#### **1.2 Akkreditierungsempfehlung an die Ständige Akkreditierungskommission (SAK)**

Die Gutachter empfehlen der SAK die Akkreditierung der Vollzeit- und der Teilzeitvariante des Studiengangs European Master in Business Studies mit dem Abschluss M.A. mit folgenden Auflagen für die Dauer von fünf Jahren zu beschließen.

Diese Empfehlung basiert auf § 1 Absatz 2 des Beschlusses des Akkreditierungsrates „Entscheidungen der Akkreditierungsagenturen: Arten und Wirkungen“ vom 29.02.2008.

#### **1.3 Nicht erfüllte Qualitätsanforderungen unwesentlicher Art (Auflagen):**

- Die in der Modulübersicht ausgewiesene Gesamtzahl von 480 ECTS-Punkten ist auf 120 zu korrigieren.
- Auch für die Partnerhochschulen in Spanien und Frankreich ist in angemessener Weise die interne Umsetzung der nationalen Standards für die Qualitätssicherung im Rahmen des Studiengangs EMBS darzustellen.

### **III.2 Masterstudiengang Marketing und Dialogmarketing (MBA)**

#### **2.1 Empfehlungen der Gutachter:**

- Gemäß Rahmenordnung (§12 Abs. 4) wird die Modulnote als Durchschnitt zu gleichen Teilen aus den einzelnen Modulteilprüfungen errechnet. Seitens der Hochschule sollte darauf hingewirkt werden, dass auch den Anforderungen an eine Modulprüfung genüge getan wird.

- Es wird empfohlen darauf zu achten, dass bei freier Kombinierbarkeit einzelner Module oder einzelner Lehreinheiten im Falle einer Zusammenfügung zu einer Gesamtqualifikation ein Mindestzusammenhang des Studiengangs gewahrt bleibt.
- Es wird empfohlen, den Begriff Dialogmarketing an einer Stelle explizit zu erläutern.
- Als ausbaufähige Gebiete des Curriculums empfehlen die Gutachter, insbesondere Logistik und Data Mining in Betracht zu ziehen.

## **2.2 Akkreditierungsempfehlung an die Ständige Akkreditierungskommission (SAK)**

Die Gutachter empfehlen der SAK die Akkreditierung des Studiengangs Marketing und Dialogmarketing mit dem Abschluss MBA mit folgenden Auflagen für die Dauer von fünf Jahren zu beschließen.

Diese Empfehlung basiert auf § 1 Absatz 2 des Beschlusses des Akkreditierungsrates „Entscheidungen der Akkreditierungsagenturen: Arten und Wirkungen“ vom 29.02.2008.

## **2.3 Nicht erfüllte Qualitätsanforderungen unwesentlicher Art (Auflagen):**

- Bis zum Start des Studienprogramms ist nachvollziehbar festzulegen, welche Lehrenden das Programm tragen sollen.
- Das Zulassungsverfahren ist in der Prüfungsordnung (§6 Abs. 3) so zu fassen, dass bei Bewerbern, die einen Bachelor-Abschluss mit lediglich 180 ECTS-Punkten vorweisen können und die fehlenden Credits mit beruflicher Praxiserfahrung ausgleichen wollen, die Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten bei Anrechnungen erfüllt werden und dass grundsätzlich ein Auswahlgespräch zu führen ist.
- Im Modulhandbuch ist als Zulassungsvoraussetzung zu den einzelnen Modulen die Immatrikulation genannt. Stattdessen ist anzugeben, welche inhaltlichen Teilnahmevoraussetzungen (etwa Abschluss eines der zeitlich vorangehenden Module) zu erfüllen sind. Das Modulhandbuch ist in diesem Sinne zu ändern.
- Im Modulhandbuch ist Modul 6 korrekt als „Spezielle Dialogmarketing-Anwendungen“ zu bezeichnen.