

Beschluss der FIBAA-Akkreditierungskommission für Programme

91. Sitzung am 11. Juli 2014

Projektnummer: 13/125

Hochschule: accadis Hochschule Bad Homburg

Studiengang: Media and Creative Industries Management

Die FIBAA-Akkreditierungskommission für Programme beschließt im Auftrag der Stiftung zur Akkreditierung von Studiengängen in Deutschland wie folgt:

Der Studiengang wird gemäß Abs. 3.1.1 i.V.m. Abs. 3.2.4 der Regeln des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung i.d.F. vom 20. Februar 2013 für fünf Jahre akkreditiert.

Akkreditierungszeitraum: 11. Juli 2014 bis 30. September 2019

Das Siegel des Akkreditierungsrates wird vergeben.

Gutachten

Hochschule:

accadis Hochschule Bad Homburg

Bachelor-Studiengang:

Media and Creative Industries Management

Abschlussgrad:

Bachelor of Arts

Allgemeine Informationen zum Studiengang

Kurzbeschreibung des Studienganges:

Der Bachelor-Studiengang Media and Creative Industries Management hat zum Ziel, Nachwuchsführungskräfte für die internationale Kreativwirtschaft auszubilden. Die Medien- und Kreativwirtschaft ist eine vielfältige Wirtschaftsbranche, zu der Bereiche wie Werbemarkt, Film- und Fernsehproduzenten, Buch- und Zeitschriftenverlage, Hersteller von Computerspielen sowie Musiklabels gehören. Die Studierenden sollen zu fachlich versierten Berufseinsteigern mit Führungspotential ausgebildet werden. Dabei vermittelt der Studiengang grundlegende Managementkompetenzen sowie Kenntnisse der Besonderheiten der Kreativwirtschaft, eingebettet in Praxis- und Auslandserfahrung.

Zuordnung des Studienganges:

grundständig

Studiendauer:

9 Trimester (3 Jahre)

Akkreditierungsart:

Erstmalige Akkreditierung

Studienform:

Vollzeit

Double/Joint Degree vorgesehen:

nein

Aufnahmekapazität:

35

Start zum:

Wintertrimester

Erstmaliger Start des Studienganges:

Oktober 2011

Zügigkeit (geplante Anzahl der parallel laufenden Jahrgänge):

Einzügig

Umfang der ECTS-Punkte des Studienganges:

180

Stunden (Workload) pro ECTS-Punkt:

30

Ablauf des Akkreditierungsverfahrens¹

Am 16. Dezember 2013 wurde zwischen der FIBAA und der accadis Hochschule Bad Homburg ein Vertrag über die erstmalige Akkreditierung des Studienganges Media and Creative Management Industries (B.A.) geschlossen. Maßgeblich für dieses Akkreditierungsverfahren sind somit die Regeln des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung i.d.F. vom 20. Februar 2013 und die Ländergemeinsamen Strukturvorgaben für die Akkreditierung von Bachelor- und Masterstudiengängen i.d.F. vom 4. Februar 2010. Am 10. Februar 2014 übermittelte die Hochschule einen begründeten Antrag, der eine Darstellung des Studienganges umfasst und das Einhalten der Kriterien für die Akkreditierung von Studiengängen dokumentiert.

Parallel dazu bestellte die FIBAA ein Gutachterteam nach den Vorgaben des Akkreditierungsrates. Sie stellte zur Zusammensetzung des Gutachterteams das Benehmen mit der Hochschule her; Einwände wurden nicht geäußert. Dem Gutachterteam gehörten an:

Prof. Dr. Klaus Arnold

Universität Trier

(Medien- und Kommunikationswissenschaft, Journalistik)

Prof. Dr. Ludger Opgenhoff

Westfälische Hochschule

(Internationales Management, Marketing, Produktmanagement, Betriebswirtschaftslehre)

Prof. Dr. habil. Wolfgang Schulz

Zeppelin Universität

Professur für Volkswirtschaftslehre und Inhaber des Lehrstuhls für Mobilität, Handel & Logistik

Prof. Dr. Raija Seppälä-Esser

Hochschule Kempten

(Marketing, Management, Tourismusmanagement)

Dipl.-Vw. Karl-Peter Abt

Personalberatung Stanton Chase International

IHK Hauptgeschäftsführer a.D.

(Managementberatung, Personalberatung, Marketing, Logistik, Wirtschaftsrecht, Volkswirtschaft, Betriebswirtschaft, Controlling)

Nadja Kolibacz

Hochschule für Wirtschaft und Recht Berlin

Studierende International Business Management (B.A.)

Schwerpunkte: Finance and Accounting

FIBAA-Projektmanager:

Nora Winckel

Die Begutachtung beruht auf der Antragsbegründung, ergänzt um weitere, vom Gutachterteam erbetene Unterlagen, und einer Begutachtung vor Ort. Die Begutachtung vor Ort wurde am 10./11. März 2014 in den Räumen der Hochschule in Bad Homburg durchgeführt. Zum Abschluss des Besuchs gaben die Gutachter gegenüber Vertretern der Hochschule ein kurzes Feedback zu ihren ersten Eindrücken.

¹ Lediglich zur Vereinfachung der Lesbarkeit des Fragen- und Bewertungskataloges erfolgt im Folgenden keine geschlechtsbezogene Differenzierung.

Das auf dieser Grundlage erstellte Gutachten wurde der Hochschule am 11. Juni 2014 zur Stellungnahme zugesandt. Die Hochschule übermittelte ihre Stellungnahme zum Gutachten am 17. Juni 2014; die Stellungnahme ist im vorliegenden Gutachten bereits berücksichtigt.

Zusammenfassung

Der Studiengang Media and Creative Industries Management (B.A.) entspricht den Strukturvorgaben der Kultusministerkonferenz (KMK), den Anforderungen des Akkreditierungsrates sowie den Anforderungen des nationalen Qualifikationsrahmens in der zum Zeitpunkt der Verfahrenseröffnung geltenden Fassung. Er ist modular gegliedert, mit ECTS-Punkten versehen und schließt mit dem akademischen Grad „Bachelor of Arts“ ab. Der Grad wird von der Hochschule verliehen.

Der Bachelor-Studiengang erfüllt somit die Qualitätsanforderungen für Bachelor-Studiengänge und kann von der Foundation for International Business Administration Accreditation (FIBAA) im Auftrag der Stiftung zur Akkreditierung von Studiengängen in Deutschland für einen Zeitraum von fünf Jahren vom 11. Juli 2014 bis 30. September 2019 akkreditiert werden.

Zur Gesamtbewertung siehe das Qualitätsprofil im Anhang.

Informationen

Die accadis Hochschule Bad Homburg ist eine seit 2007 staatlich anerkannte und seit 2010 durch den Wissenschaftsrat akkreditierte Fachhochschule, die von der accadis Bildung GmbH (Bad Homburg) getragen wird. Sie wurde ursprünglich 1980 als Akademie für Betriebswirtschaft und Fremdsprachen gegründet und dann als accadis International College weitergeführt.

Die accadis Hochschule bietet heute vier Bachelor-Studiengänge an:

International Business (Administration) B.A. mit nachfolgenden Vertiefungen:

- General Management (GEM)
- Logistics Management (LOM, auslaufend)
- Marketing and Event Management (MEM)
- Tourism Management (TOU)

International Business Communication B.A. (BUC)

International Sports Management B.A. (SPM)

Media and Creative Industries Management B.A. (CIM)

In den Vertiefungsrichtungen des Studienganges International Business besteht neben der Vollzeitvariante die Möglichkeit, eine duale Studienform mit Praxisteilen bei einem ("dual") oder mehreren Unternehmen ("Studium plus Praxis") oder eine Teilzeitvariante neben voller Berufstätigkeit ("Job plus Studium") zu wählen.

Die accadis Hochschule bietet derzeit außerdem die beiden Master-Studiengänge International Management M.A. sowie International Management and Leadership MBA an. Der konsekutive Studiengang International Management wird dabei als dualer Studiengang angeboten, der weiterbildende Studiengang Management and Leadership als Teilzeit-Studiengang.

Der Studiengang Media and Creative Industries Management (CIM) B.A. wurde im Herbst 2011 eingeführt. Er ergänzt das Studiengangsportfolio der accadis Hochschule um einen in der Wirtschaft zunehmend an Bedeutung gewinnenden Bereich und ist ebenso gemäß dem Leitbild der accadis Hochschule durch einen hohen Praxisbezug, die Förderung von Management-Kompetenz und internationale Bezüge gekennzeichnet. Mit zunächst 15 Studierenden (Studienanfang Herbst 2011) und nun 20 Studierenden (Studienanfang Herbst 2013) ist er weiterhin auf gutem Wege, die interne Zielforderung, im 5. Jahr nach der Einführung eines neuen Studiengangs auf die Standardkursgröße von 35 Studierenden gewachsen zu sein, zu erreichen.

Darstellung und Bewertung im Einzelnen

1 Ziele und Strategie

1.1 Logik und Nachvollziehbarkeit der Zielsetzung des Studienganges

Der Bachelor-Studiengang Media and Creative Industries Management hat zum Ziel, Nachwuchsführungskräfte für die internationale Kreativwirtschaft auszubilden. Die Medien- und Kreativwirtschaft ist eine vielfältige Wirtschaftsbranche, zu der Bereiche wie Werbemarkt, Film- und Fernsehproduzenten, Buch- und Zeitschriftenverlage, Hersteller von Computerspielen sowie Musiklabels gehören. Die wachsende Branche entwickelt sich ständig weiter, da sich neben der traditionellen Verwertungskette beispielsweise in der Filmwirtschaft neue Geschäftsfelder wie Soundtracks, Lizenzen, begleitende Bücher oder Computerspiele erschließen lassen.

Daher sieht die Hochschule ihre Verantwortung darin, an Wirtschaft und Medien interessierte und über gute Englischkenntnisse verfügende Schulabgänger mit Hochschulreife im Hinblick auf die internationale Kreativwirtschaft zu fachlich versierten Einsteigern mit Führungspotential auszubilden. Die Branche fragt dabei Absolventen nach, die über grundlegende Managementkompetenzen sowie Kenntnisse der Besonderheiten der Kreativwirtschaft verfügen.

Die Hochschule vermittelt daher in diesem Studiengang Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre sowie Detailwissen in den wesentlichen wirtschaftswissenschaftlichen Teilbereichen. Der Absolvent soll durch darauf aufbauende, spezielle Module zur Anwendung erworbener Kenntnisse in Medienwissenschaft, Mediengestaltung und in ausgewählten Teilmärkten der Media- und Kreativwirtschaft befähigt sein, während er sich fachlich und sprachlich sicher im internationalen Geschäftsumfeld bewegt. Dies wird vor allem durch die internationalen und interkulturellen Inhalte, die Fremdsprachen und das Auslandsstudium gewährleistet. Gleichzeitig ist er in der Lage, (Management-) Probleme wissenschaftlich systematisch zu bearbeiten und dabei Informationen ganzheitlich zu interpretieren. Diese Methodenkompetenz der Studierenden wird vor allem in den Leadership-Skills-Modulen und in den Modulteilen/ Kolloquien zum wissenschaftlichen Arbeiten vermittelt und in den Praxisprojekten weiterentwickelt.

Die Hochschule will außerdem die Kompetenz vermitteln, Entscheidungen gegenüber den richtigen Adressaten angemessen zu kommunizieren. Neben der Vermittlung weiterer weicher Faktoren stellt die Hochschule diesen Kompetenzerwerb durch das Angebot der Communication Skills-Module und durch die zahlreichen zu leistenden Präsentationen sicher. Im Ergebnis soll der Absolvent bezüglich wirtschafts- und gesellschaftspolitischer Fragestellungen sein Wissen erweitert haben und begründet Position beziehen können. Dies wird mittels der aktuellen Bezüge in den volks- und betriebswirtschaftlichen Fächern sowie durch Diskussionen und Anregungen im Modul Studium Generale erreicht.

Bewertung:

Die Hochschule verfolgt eine ambitionierte Zielsetzung, da bereits nach ihrer eigenen Darstellung die Branche der Medien- und Kreativwirtschaft breit gefächert und in steter Weiterentwicklung begriffen ist. Die Gutachter konnten sich gleichwohl davon überzeugen, dass die an den Bedürfnissen des Marktes orientierten Qualifikationsziele im Studiengangskonzept fachlich und wissenschaftlich so abgebildet sind, dass die Studierenden zur Aufnahme einer qualifizierten Erwerbstätigkeit befähigt werden. Dabei legt die Hochschule nachweislich großen Wert darauf, bei den Studierenden auch überfachliche Kompetenzen zu entwickeln und auf diese Weise eine wissenschaftlich basierte Befähigung zum gesellschaftlichen Engage-

ment und zur Persönlichkeitsentwicklung zu fördern. Die dargelegten Qualifikationsziele orientierten sich an den Vorgaben des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse und tragen ihnen Rechnung.

		Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
1.	Ziele und Strategie			
1.1	Logik und Nachvollziehbarkeit der Zielsetzung des Studiengangskonzeptes	x		

1.2 Studiengangprofil (sofern vorgesehen – nur relevant für Master-Studiengang)

Dieses Merkmal ist für den vorliegenden Bachelor-Studiengang nicht relevant.

		Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
1.	Ziele und Strategie			
1.2	Studiengangprofil			n.r.

1.3 Geschlechtergerechtigkeit und Chancengleichheit

Die accadis Hochschule ist eine Institution, die ihre Studierenden unabhängig von Geschlecht, Rasse und religiöser Einstellung fördert. Geschlechtergerechtigkeit hat an der accadis Hochschule einen hohen Stellenwert. So sind in der gesamten Hochschule etwa 50% - 60% der Studierenden und 30% der Dozenten weiblich, der Fachbereich für Communication Skills wird von einer weiblichen Dozentin geleitet und die Quote der weiblichen Mitglieder in der Hochschulleitung beträgt 50%. Bei der Berufung von Professoren oder (Gast-)Dozenten werden nach Angaben der Hochschule bei gleicher Qualifikation weibliche Bewerber bevorzugt.

Die Förderung von Studierenden mit Behinderung ist an der accadis Hochschule gegeben. Neben den optimalen infrastrukturellen Rahmenbedingungen – Aufzug in alle Etagen und barrierefreier Zugang zu allen Hörsälen und Gruppenräumen – ist sowohl für Zulassungsverfahren wie auch für die Erbringung der Prüfungsleistung ein Nachteilsausgleich vorgesehen. Es existiert außerdem ein Nachteilsausgleich für Studierende in besonderen Lebenslagen, so z.B. was Präsenzverpflichtungen für Studierende mit Kindern oder Zulassungsvoraussetzungen für ausländische Studierende oder Studierende mit Migrationshintergrund betrifft. In diesen Sonderfällen entscheidet der Aufnahme - bzw Prüfungsausschuss über geeignete Maßnahmen. Zur accadis Bildung GmbH gehört auch ein Kindergarten, so dass Studieninteressenten mit Kindern attraktive Angebote unterbreitet werden können.

Bewertung:

Die Hochschule strebt bei der Erfüllung ihrer Aufgaben in diesem Studiengang eine Förderung der Geschlechtergerechtigkeit und die Durchsetzung der allgemeinen Diskriminierungsverbote an. Die Geschlechtergerechtigkeit wird in der Studienorganisation und der Umsetzung der verankerten Grundsätze bereits deutlich. Insbesondere zeigt sie sich in der Tatsache, dass etwa die Hälfte der Studierenden und 30% der Dozenten weiblich sind. Darüber hinaus sind weibliche Professoren auch in Führungspositionen vertreten. Das Studienkon-

zept lässt den Studierenden vielfältige Möglichkeiten, ihr Studium gemäß ihren Besonderheiten zu gestalten. Die Flexibilität kommt besonders Eltern oder Studierenden in besonderen Lebenslagen entgegen. Ein Nachteilsausgleich für Studierende mit Beeinträchtigungen ist vollumfänglich gewährleistet.

		Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
1.	Ziele und Strategie			
1.3	Geschlechtergerechtigkeit und Chancengleichheit	x		

2 Zulassung (Zulassungsprozess und -Verfahren)

Ein Bachelor-Studium an der accadis Hochschule unterliegt folgenden Voraussetzungen:

- Nachweis der allgemeinen oder fachgebundenen Hochschulreife (oder als gleichwertig anerkannte Zugangsberechtigungen),
- Studieninteressenten ohne Berufsausbildung oder sonstige relevante Erfahrung nach der Schulzeit müssen eine Schulabschlussnote von 2,9 oder besser nachweisen,
- das Studium erfordert des Weiteren gute Kenntnisse in der englischen Sprache (B1-Niveau), gute Kenntnisse in Mathematik und analytisches Denkvermögen.

Von den Studienbewerbern ist bei Erfüllen der formalen Voraussetzungen ein Auswahltest zu durchlaufen, in dem die Sprach- und Mathematikkenntnisse sowie das analytische Denkvermögen überprüft werden.

Der Bewerbungsablauf gestaltet sich so, dass auf Grundlage der schriftlich vorgelegten Leistungsnachweise eine erste Zulassungsüberprüfung durchgeführt wird. Erfüllt der Bewerber die Vorgaben, wird er zum Aufnahmetag eingeladen. Er bekommt einen Link zu einem Online-Test (WIT-2, Wilde-Intelligenz-Test) zugesendet, den er vor dem Aufnahmetag durchführen muss. In diesem Online-Test werden Eigenschaften wie Konzentrationsfähigkeit, Intelligenz und schlussfolgerndes Denken, rechnerisches und räumliches Denken sowie Merkfähigkeit abgeprüft.

Am Aufnahmetag selbst finden zwei Prüfungen, ein Englisch- oder/und Mathematiktest sowie ein persönliches Bewerbungsgespräch statt. Für eine erfolgreiche Zulassung sind in den jeweiligen Kategorien wenigstens 50 % der Maximalpunktzahl zu erreichen. Das Ergebnis des Englischtests zielt auf ein mittleres B1-Niveau ab, wahlweise kann der Bewerber diese Befähigung auch durch Vorlage eines TOEFL/IELTS/etc.-Test nachweisen. Das Bewerbungsgespräch zur Ermittlung von sozialer Kompetenz und Leistungsbereitschaft dauert 15 - 30 min und wird von der Fachbereichsleitung Communication Skills oder von der geschäftsführenden Gesellschafterin durchgeführt. Das Gespräch berücksichtigt dabei auch die Ergebnisse (Stärken-Schwächen-Profil) des im Vorfeld durchgeführten Online-Tests.

In § 5 der Satzung zur „Beschreibung des Auswahl- und Aufnahmeverfahrens“ ist der Nachteilsausgleich für Studierende mit Behinderung niedergelegt. Danach kann in besonderen Härtefällen von den Zulassungsvoraussetzungen abgewichen werden, wenn die Erreichung der Qualifikationsziele nicht beeinträchtigt wird und der Gleichheitsgrundsatz gewahrt bleibt. Über die Einzelheiten entscheidet der Aufnahmeausschuss. Bewerber und Öffentlichkeit können Zugangsvoraussetzungen und Auswahlverfahren auf der Homepage und in den jeweiligen Prospekten nachlesen.

Die Ergebnisse des Auswahlverfahrens werden den Bewerbern am Aufnahmetag persönlich im Rahmen eines Feedbackgesprächs und schriftlich mitgeteilt. Sollte ein Bewerber im Be-

werbungsgespräch überzeugt, aber in maximal einer Kategorie des Tests oder des Englisch-Niveaus knapp das Ziel verfehlt haben, kann eine Zulassung unter der Bedingung der Teilnahme an den sogenannten Fit-For-Studies-Kursen gewährt werden. Diese werden jeweils im September vor Studienbeginn als fünftägige, kostenpflichtige Vorbereitungskurse angeboten. Als Ergebnis des Zulassungs- und Auswahlverfahrens kann auch eine Empfehlung oder Verpflichtung zur Teilnahme an dem in diesem Rahmen stattfindenden Englischkurs formuliert werden. Ein Ranking findet derzeit noch nicht statt, da die Bewerberzahl bzw. die Anzahl der Bewerber, die das Aufnahmeverfahren bestehen, die Kapazitätsgrenze noch nicht überschreitet.

Bewertung:

Die Zulassungsvoraussetzungen entsprechen den nationalen Vorgaben und sind in der Hochschulsatzung „Beschreibung des Auswahl- und Aufnahmeverfahrens an der accadis Hochschule Bad Homburg“ definiert und nachvollziehbar beschrieben. In dieser Satzung ist auch der Nachteilsausgleich im Zulassungsverfahren enthalten.

Die Gutachter stellten fest, dass die Vorgaben des Auswahlverfahrens (Komponenten des Verfahrens, Gewichtung und Ablauf) vollumfänglich in der Satzung enthalten sind. Zum jetzigen Zeitpunkt findet eine Auswahl, da der Studiengang seine Kapazitätsgrenze nicht erreicht, noch nicht statt. Das Verfahren ist jedoch in seiner Ausgestaltung geeignet, besonders qualifizierte Studierende zu gewinnen.

Durch die ebenfalls in der Satzung festgeschriebene Vorgabe des Sprachnachweises auf dem Niveau B1 wird sichergestellt, dass die Studierenden den fremdsprachlichen Lehrveranstaltungen folgen können. Das nach Überzeugung der Gutachter transparente Verfahren mündet in die schriftlich und mündlich kommunizierte Zulassungsentscheidung.

		Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
2.	Zulassung (Zulassungsprozess und -verfahren)			
2.1	Zulassungsbedingungen	x		
2.2	Auswahlverfahren (falls vorhanden)	x		
2.3	Berufserfahrung (relevant für weiterbildenden Master-Studiengang)			n.r.
2.4	Gewährleistung der Fremdsprachenkompetenz	x		
2.5	Transparenz der Zulassungsentscheidung	x		

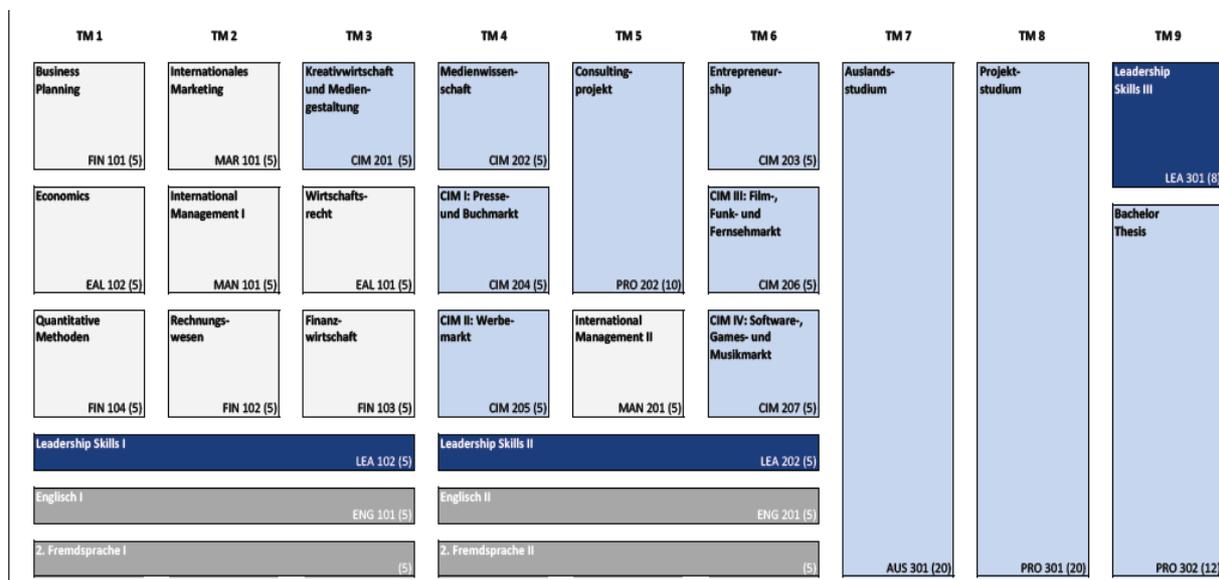
3 Konzeption des Studienganges

3.1 Umsetzung

Der Studiengang Media and Creative Industries Management umfasst neun Trimester. Es können 180 ECTS-Punkte erreicht werden, wobei einem ECTS-Punkt 30 Zeitstunden Arbeitsaufwand entsprechen. In jedem Trimester werden 20 Credits, mithin 600 Workload-Stunden absolviert. Damit sind zur Absolvierung des Studienganges insgesamt 5400 Stunden Arbeitsaufwand zu leisten, welcher sich aus Präsenzzeit, Praxiszeit, Auslandsaufenthalt und Selbststudium zusammensetzt. Die Bachelor-Thesis hat einen Umfang von 360 Stunden Arbeitsaufwand und wird mit 12 ECTS-Punkten berücksichtigt, der Bearbeitungszeitraum ist

in der Studien- und Prüfungsordnung für Bachelor-Studiengänge mit neun Wochen ausgewiesen.

Folgende Grafik zeigt den strukturellen Aufbau und die modulare Zusammensetzung des Studienganges:



Der Studiengang ist in Kern- und Spezialisierungsfächer sowie Praxisanteile, Fremdsprachen, Leadership Skills und Auslandsstudium eingeteilt. Dabei sind die Grundlagenfächer des ersten Jahres (45 ECTS) wie auch das Praxis-/Projektstudium (20 ECTS), der Auslandsaufenthalt (20 ECTS) und die Abschlussarbeit im dritten Jahr mit dem Bachelor-Studiengang International Business deckungsgleich. Sieben theoretische Spezialisierungsmodule liegen am Ende des ersten und im zweiten Jahr und umfassen 35 ECTS, der Fremdsprachenanteil (Englisch und eine zu wählende zweite Fremdsprache) liegt in den Modulen bei 20 ECTS, während die Leadership Skills (Methodenkompetenz, Soziale Kompetenz und Studium Generale, insgesamt 18 ECTS) sich über das gesamte Studium erstrecken und somit die Persönlichkeitsentwicklung und -reife der Studierenden begleiten.

Im Rahmen des Auslandsaufenthaltes, des Consulting-Projektes, bei der Wahl des Praxispartners, der Wahl der zweiten Fremdsprache und bei den Themen der Bachelor-Thesis stehen den Studierenden Wahlmöglichkeiten zur Verfügung. Diese werden bewusst nur in begrenztem Umfang ermöglicht, da auf den Kernfächern aufbauend die spezifischen Module der Kreativwirtschaft auf die aus Arbeitsmarktgesichtspunkten relevanten Bereiche fokussiert sind. Für die Auswahl der Module im Auslandssemester werden den Studierenden mit der Partnerhochschule abgestimmte Modulkataloge zur Verfügung gestellt, die Auswahl festgeschrieben und die Prüfungsergebnisse in einem Transcript of Records unter Zugrundelegung der entsprechenden Umrechnungstabellen festgehalten. Sollten die Studierenden aus persönlichen oder beruflichen Gründen einen Auslandsaufenthalt nicht wahrnehmen können, bietet die Hochschule in zeitlich gleichem Rahmen ein Äquivalenzstudium an. Das Programm wird zu Beginn des Jahres festgelegt.

Die zu vermittelnden Inhalte und zu entwickelnden Kompetenzen sind in Module gegliedert, die sich in der Regel über ein Trimester erstrecken und einen Umfang von fünf bis maximal 20 ECTS-Punkte aufweisen. Lediglich die Module zu Fremdsprachen und Leadership Skills erstrecken sich jeweils über ein Jahr. Die Module sind thematisch in sich geschlossen, umfassen dabei aber durchaus Beiträge unterschiedlicher Dozenten und Perspektiven. In der Regel wird die gesamte Thematik eines Moduls zum Ende des Trimesters in einer Prüfung, die ggf. von mehreren Dozenten zusammengestellt wird, abgefragt. Ausnahmen von der

modulübergreifenden Prüfung sind die sich über je ein Studienjahr erstreckenden Modulfolgen der Fremdsprachen und der Leadership Skills, die jedes Trimester mit einer Teilprüfung abschließen. Bei den Leadership Skills, so die Hochschule, beruht dieser Sachverhalt nicht nur auf der einjährigen Dauer des Moduls, sondern auf der didaktischen Vermittlungsidee dieses Moduls. Ähnlich ist dies bei der Fremdsprachenvermittlung gelagert. Das Modul CIM II fordert zum Abschluss neben der kurzen Klausur auch die Bearbeitung eines kleinen bewerteten Projekts: die Entwicklung eines Audio-Werbespots. Die Hochschule begründet dies mit der notwendigen Benotung eines von dem Studierenden mit viel Aufwand betriebenen Projekts und dass die reine Projektleistung nicht ausreicht, die gesamten Lernziele des Moduls zu adressieren, so dass auch eine Klausur noch notwendig sei.

Bei Benotung der Prüfungsleistungen werden sowohl Noten im 100er-Punkte-Schlüssel vergeben als auch relative ECTS-Noten ausgewiesen. Die Gesamtergebnisse des vollständig absolvierten Studienganges werden in einem Diploma Supplement aufgeführt.

Die dem Curriculum zugrunde liegenden Modulbeschreibungen weisen u.a. Lernziele, Inhalte, Prüfungsform und Workload aus. Die Verwendbarkeit des jeweiligen Moduls wird für andere Studiengänge an der Hochschule und innerhalb des Studienganges -i.S.e. Vernetzung der Module untereinander- dargestellt.

Die Studien- und Prüfungsordnung regelt organisatorische Rahmenbedingungen des Studiums, Studieninhalte und Prüfungsleistungen. Regelungen für den Nachteilsausgleich und die Anerkennung von Studienleistungen gemäß Lissabon-Konvention sind darin niedergelegt. Die Anerkennung außerhochschulischer Kompetenzen bis zu max. 50 % der für den Studiengang zu erwerbenden ECTS-Punkte ist in der Studien- und Prüfungsordnung verbindlich geregelt, im Einzelnen entscheidet der Aufnahmeanusschuss. Der Auslandsaufenthalt ist curricular verankert und damit ohne Zeitverlust möglich.

Ausgehend von der strukturellen Ausgestaltung des Studiengangs mit 20 ECTS-Punkten pro Trimester verteilt sich der zu erbringende Workload gleichmäßig auf drei Jahre mit einer wöchentlichen Arbeitsbelastung von 39 Stunden. Die Trimesterstruktur trägt nach Auffassung der Hochschule zur besseren Studierbarkeit bei, da sich die Prüfungsbelastung damit auf drei statt zwei Zeiträume im Jahr verteile. Daneben bietet die Hochschule eine von den anderen Prüfungsphasen getrennte Wiederholungsprüfungsphase an. Dadurch, so die Hochschule, werde ein Dominoeffekt vermieden, der entstehen könne, wenn Studierende sich auf Erst- und Wiederholungsprüfungen gleichzeitig vorbereiten müssten. Zudem werde die Studierbarkeit durch eine intensive individuelle Betreuung und Beratung der Studierenden unterstützt. Die Ergebnisse der regelmäßig durchgeführten Workloadehebungen fließen außerdem in die Weiterentwicklung eines Studienganges mit ein und bestätigen in ihren Ergebnissen, bspw. einer durchschnittlichen wöchentlichen Arbeitsbelastung der Studierenden mit 35 h, die Richtigkeit der dem Studiengang zugrunde gelegten Workload-Annahmen.

Bewertung:

Die Struktur des Studienganges mit Basismodulen, Spezialisierung, Praxisverknüpfung und Auslandsaufenthalt dient der Zielsetzung des Studienganges und fördert den an der Zielsetzung orientierten Kompetenzerwerb der Studierenden. Die Gutachter sind davon überzeugt, dass die Zusammensetzung der Module eine am Inhalt orientierte, strukturell sinnvolle Verknüpfung ergibt.

Das Prinzip der Modularisierung, die Vergabe von Credit-Points, eine relative Notenvergabe nach ECTS und Workload-Vorgaben für alle Module sind im Studiengang enthalten.

In den Modulbeschreibungen sind, neben den erforderlichen Angaben, insbesondere die Learning Outcomes beschrieben. Auch die Verwendbarkeit der Module innerhalb des Studi-

enganges als auch für andere Studiengänge an der eigenen Hochschule ist nach Überzeugung der Gutachter gelungen.

Es existiert ein leicht verständliches, rechtskräftiges und rechtsgeprüftes Prüfungsreglement. Strukturelle Vorgaben für den Studiengang sind darin vollständig enthalten. Die wechselseitige Anerkennung von Modulen bei Studiengangswechsel ist geregelt und berücksichtigt die maßgeblichen Grundsätze der Lissabon Konvention. Gleichmaßen werden außerhochschulische Kompetenzen in erforderlicher Weise angerechnet. Mobilitätsfenster sind vorhanden.

Die Studierbarkeit halten die Gutachter grundsätzlich für gegeben. Die Studienplangestaltung, die Workloadberechnung sowie die Prüfungsdichte und -organisation im Studiengang sind insgesamt geeignet und angemessen, um die Studierbarkeit zu gewährleisten. Die Module schließen außerdem überwiegend mit jeweils einer das gesamte Modul umfassenden Prüfung ab. Die Ausnahmen von mit einer Prüfung abschließenden Modulen begründet die Hochschule nach Auffassung der Gutachter mit didaktisch und kompetenzorientiert nachvollziehbaren Argumenten. Die Studierenden sind einer akzeptablen Belastung von maximal vier Prüfungen pro Woche ausgesetzt. Die durchgeführten Workloadehebungen spiegeln dies wider, im Übrigen werden diesbezügliche Monita der Studierenden berücksichtigt und in Maßnahmen umgesetzt.

Eine fachliche und überfachliche Studienberatung ist ebenfalls vorhanden (s. Kapitel 4.1). Als begrüßenswert erachten die Gutachter, dass der zeitliche Verlauf des Studiums den individuellen Lebensbedürfnissen angepasst werden kann; die hierzu notwendige Beratung wird durch die fachliche und überfachliche Studienberatung abgedeckt.

		Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
3.	Konzeption des Studienganges			
3.1	Struktur			
3.1.1	Struktureller Aufbau des Studienganges (Kernfächer / ggf. Spezialisierungen (Wahlpflichtfächer) / weitere Wahlmöglichkeiten / Praxiselemente	x		
3.1.2	Berücksichtigung des „European Credit Transfer and Accumulation Systeme (ECTS)“ und der Modularisierung	x		
3.1.3	Studien- und Prüfungsordnung	x		
3.1.4	Studierbarkeit	x		

3.2 Inhalte

Dem Ziel des Studienganges, Nachwuchsführungskräfte für die internationale Kreativwirtschaft auszubilden, widmet sich das Curriculum in der Umsetzung der definierten Qualifikations- und Kompetenzziele.

Die Basismodule Business Planning, Quantitative Methoden, Economics, Rechnungswesen u.a. schaffen die wirtschaftswissenschaftlichen Grundlagen, auf welchen ab dem zweiten Studienjahr das spezifische Wissen und die erforderlichen Kompetenzen im Bereich der Kreativwirtschaft vermittelt werden können. Der Heranführung der Studierenden an internationale Aufgaben dienen verschiedene Module über alle Trimester hinweg. Die beiden Fremdsprachen sowie internationale Inhalte werden über die ersten zwei Studienjahre hin aufgebaut und münden im Auslandsstudium, das zu Beginn des dritten Studienjahres stattfindet. Darüber hinaus gehende Führungskompetenzen (Leadership Skills) werden über das ge-

samte Studium hinweg vermittelt. Einige der Basismodule werden auf Englisch unterrichtet, wobei begleitende Tutorien auf Deutsch gehalten werden.

Der verknüpfende Aufbau der Module innerhalb des Curriculums wird an verschiedenen Stellen deutlich:

Der Bereich Personal beispielsweise wird - nach Vermittlung von Organisations- und Personalmanagementthemen in dem Modul International Management I - durch einen Praxisblock bei dem Kooperationspartner Fresenius ergänzt. Zur Vorbereitung des Auslandstrimesters wird in dem Modul International Business II Know-How zum Thema Cross Cultural Behaviour erarbeitet. Daneben durchzieht die Lehre der Leadership Skills das gesamte Studium, um auf diese Weise die Entwicklung des Studierenden zu begleiten und widerzuspiegeln. Die Leadership-Skills-Modulfolge zielt nicht zuletzt darauf ab, interdisziplinär und ganzheitlich Führungskräfte zu entwickeln und legt dabei – was Problemlösungsmethodik und Kommunikation betrifft – auch wissenschaftliche Maßstäbe an.

Die Module des Auslandstrimesters werden durch ein zwischen Hochschule und Studierenden vor Antritt des Aufenthaltes im Ausland geschlossenes learning agreement festgeschrieben. Auf diese Weise wird sichergestellt, dass mit dem Studiengangziel übereinstimmende und nicht redundante Inhalte auch im Ausland vermittelt werden. Informationen zum Profil dieser Hochschulen, zu den vor Ort zu entrichtenden Studiengebühren, dem Akkreditierungsstatus dieser Hochschulen und den Kooperationsabkommen werden den Studierenden mit Beginn des Studiums zur Verfügung gestellt. Für den vorliegenden Studiengang eignen sich nach Angaben der Hochschule insbesondere die beiden Hochschulen in den USA (East Carolina University (ECU), Greenville, NC, USA, Florida Atlantic University (FAU), Boca Raton, FL, USA), da dort unter anderem Module wie Contemporary Issues in Motion Picture, U.S. Telecommunication Industry, News Media Ethics, Writing for the Electronic Mass Media, Public Relations Strategies und Image Theory and Aesthetics angeboten werden.

Sollte ein Studierender das Auslandstrimester nicht wahrnehmen, wird im gleichen Zeitraum ein Äquivalenzstudium angeboten. Hierbei sollen durch Muttersprachler als Gastdozenten internationale Inhalte vermittelt werden. Das Modulprogramm wird seitens der Studienleitung zum Frühjahr des Jahres festgelegt, die Studierenden können vier aus fünf angebotenen Modulen wählen. Auch hier stellt die Studienleitung sicher, dass Redundanzen vermieden und Geschlossenheit der Lehre gewährleistet werden.

Die fachliche Spezialisierung findet in den sieben spezifischen Vertiefungsmodulen der Kreativwirtschaft statt. Zunächst wird ein Marktüberblick über alle elf Sektoren der Kreativwirtschaft sowie grundlegende Wertschöpfungsketten in der Medienproduktion vermittelt. Einen Blick über die ökonomische Perspektive der Kreativsektoren hinaus soll die Lehre von der geschichtlichen, kulturellen sowie volkswirtschaftlichen Bedeutung der Medien sicherstellen. Vertiefend behandelt werden dann die Sektoren Presse- und Buchmarkt, Werbemarkt, Film-, Funk- und Fernsehmarkt sowie Software-, Games- und Musikmarkt mit ihren jeweiligen Besonderheiten, rechtlichen Gegebenheiten und ganz eigenen Herausforderungen. Diese Sektoren wurden ausgewählt, da sie eine entsprechende Größe aufweisen und gleichzeitig das größte Vernetzungspotential bieten. Im Modul Entrepreneurship werden weiche Faktoren wie Kreativität und Innovation, aber auch harte Faktoren wie Business Building und New Ventures Funding von Neugründungen und Selbständigkeit behandelt. Außerdem geht es um die Vernetzung der verschiedenen Kreativsektoren, an deren Schnittstellen Potenzial für neue Geschäftsideen vermutet wird.

In allen Modulen kommen praktische Fallbeispiele und Fallstudien als Übungsaufgaben zum Einsatz. Umfassendere und fächerübergreifende Fallstudien werden in der Modulfolge Leadership Skills im Rahmen der Methodenkompetenzvorlesungen behandelt. Im Verlauf des Curriculums sind außerdem zwei Praxisprojekte – das Consultingprojekt sowie das Projektstudium – zu absolvieren. Die Studierenden bilden unter der Anleitung eines Dozenten ein Unternehmensberatungsteam und versuchen, das unternehmerische Problem eines Klienten

zu lösen. Dabei sind die Studierenden in einem Projekt gemäß ihrer Spezialisierung eingesetzt und können die in den Vorlesungen gelernten fachlichen Inhalte sowie ihre Methodenkompetenz und Teamfähigkeit unter Beweis stellen. Das Projektstudium schließt mit einem schriftlich einzureichenden Projektbericht und einer Ergebnispräsentation ab.

Neben Präsentationen sind Klausuren, Gruppendiskussionen, Hausarbeit (Einzel- und Gruppenhausarbeit), Projektbericht und Continual Assessment (Unterrichtsaufgaben, Kleine Tests, Hausaufgaben, kleinere Präsentationen) von der Hochschule genutzte Prüfungsformen. Die Prüfungen sind dabei so ausgerichtet, dass das als Outcome formulierte Lernziel eines Moduls überprüft werden kann, und damit auf Anwendung, Transfer und Vernetzung des vermittelten Wissens ausgerichtet.

Die Bachelor-Thesis wird im Anschluss an das letzte Praxisprojekt und das abschließende Modul Leadership Skills III angefertigt. Mit der Bachelor Thesis soll der Studierende zeigen, dass er befähigt ist, innerhalb einer vorgegebenen Frist eine praxisorientierte Aufgabe aus seinem Fachgebiet sowohl in ihren fachlichen Einzelheiten als auch in den fachübergreifenden Zusammenhängen nach wissenschaftlichen und fachpraktischen Methoden selbstständig zu bearbeiten. Die Themen werden von den Dozenten oder Studierenden vorgeschlagen und sind häufig auch in Forschungsthemen der Dozenten integriert. Die Dozenten bewerten die Bachelor-Arbeiten nach einem einheitlichen Schlüssel und fertigen dazu ein schriftliches Gutachten an. Die Abschlussarbeit und das Gutachten werden von einem Zweitgutachter gegengelesen.

Aufgrund der Ausgestaltung des Curriculums, das weniger als 50% rein quantitative Anteile beinhaltet, führt der Studiengang zum akademischen Grad „Bachelor of Arts“ (B.A.). Die Studierenden werden zu Nachwuchsführungskräften für die Medienbranche und die Kreativwirtschaft ausgebildet. Die Studiengangsbezeichnung „Media and Creative Industries Management“ reflektiert damit die Studiengangsziele und die Inhalte des Curriculums.

Bewertung:

Die Gutachter konnten sich insbesondere nach Durchsicht der Modulbeschreibungen davon überzeugen, dass der curriculare Aufbau des Studienganges einer klaren und überzeugenden inhaltlichen Systematik folgt und den Zielen des Studienganges angemessen Rechnung trägt. Durch die learning agreements und die Programmgestaltung durch die Studienleitung sind diese Systematik und inhaltliche Geschlossenheit auch im Rahmen des Auslands- bzw. Äquivalenzstudiums gewährleistet, hiervon konnten sich die Gutachter vor Ort auf Grundlage vorgelegter Vereinbarungen überzeugen. Die Gutachter regen im Hinblick auf das Weiterentwicklungspotential des Studienganges an, für den vorliegenden Studiengang die Modulkataloge der Partnerhochschulen bereits vorab einzuschränken, um die Geschlossenheit und inhaltliche Logik des Studienverlaufs systematisch und nicht nur durch Einzelvereinbarungen zu sichern.

Eine ausreichende Outcome-Orientierung ist gegeben, sowohl der Abschlussgrad als auch die Studiengangsbezeichnung entsprechen der inhaltlichen Ausrichtung des Curriculums.

Die Konzeption des Studienganges sieht wissens- und kompetenzorientierte modulübergreifende Prüfungen vor, dabei variieren die Prüfungsformen in Relation zu den Inhalten adäquat. Durch die Übung in den Praxisprojekten, durch die bis dahin vermittelte Methodenkompetenz und die in Referaten und Berichten durch das Studium hinweg geforderte Anwendung der Richtlinien schriftlichen Arbeitens ist der Studierende, davon sind die Gutachter überzeugt, auf die Anfertigung der wissenschaftlichen Abschlussarbeit gut vorbereitet.

		Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
3.	Konzeption des Studienganges			
3.2	Inhalte			
3.2.1	Logik und konzeptionelle Geschlossenheit des Curriculums	x		
3.2.2	Begründung der Abschlussbezeichnung	x		
3.2.3	Begründung der Studiengangsbezeichnung	x		
3.2.4	Prüfungsleistungen und Abschlussarbeit	x		

3.3 Kompetenzerwerb für anwendungs- und / oder forschungsorientierte Aufgaben (sofern vorgesehen – nur bei Master-Studiengang)

Dieses Merkmal ist für den vorliegenden Bachelor-Studiengang nicht relevant.

		Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
3.	Konzeption des Studienganges			
3.3	Kompetenzerwerb für anwendungs- und / oder forschungsorientierte Aufgaben (sofern vorgesehen – nur bei Master-Studiengang)			n.r.

3.4 Didaktisches Konzept

Das didaktische Konzept des Studienganges basiert zunächst auf einem schrittweisen Aufbau von Qualifikationen, von der Vermittlung von Basiswissen hin zu der Fähigkeit, dies im spezifischen Kontext der Kreativwirtschaft anzuwenden. Wesentliches Element für die Vermittlung von Anwendungskompetenz ist der durchgängige Praxisbezug des Studienganges, der sich nicht zuletzt in umfangreichen Praxiselementen niederschlägt. Bedeutsam - gerade im Bereich der Kreativwirtschaft – ist ferner die Vermittlung internationaler und interkultureller Kenntnisse und Erfahrungen, die in einem internationalen Umfeld erst sachgerechte Problemlösungen ermöglichen. Das interkulturelle Lernen im fachspezifischen Kontext wird dabei gegen Ende des Studiums durch den Auslandsaufenthalt besonders betont, nachdem zunächst Grundlagenkenntnisse und berufsbereichsspezifische Anwendungskompetenz erworben werden.

Die nachfolgenden, beispielhaft genannten Elemente verdeutlichen, wie das genannte didaktische Konzept im Studiengang umgesetzt wird:

- Vermittlung grundlegender Kenntnisse im ersten Studienjahr mit darauffolgender Spezialisierung. Dabei im Bereich der Basismodule höhere Präsenzzeiten (60h) als in den höheren Studienjahren (40h).
- Praxisübertragung der wissenschaftlichen Inhalte durch Anregung des Transfers anhand von Praxisbeispielen in den Vorlesungen, Gastreferenten aus der Praxis wie auch durch die Team- und Einzelprojektarbeiten.
- Zweijährige Sprach- und Kulturvorbereitungen zur Sicherstellung des Erfolgs des Auslandsstudiums.
- Begleitende Persönlichkeitsentwicklung in den Communication Skills-Modulen (Gruppenarbeiten, Einzelgespräche).

- Vermittlung ganzheitlicher Denkweisen, insbesondere durch die Methodenkompetenzinhalte in den Leadership Skills und durch die Praxisprojekte.

Ergänzt wird diese Vermittlung der Inhalte durch die didaktischen Prinzipien des Lernens in Kleingruppen und die individuelle Betreuung der Studierenden. Nicht zuletzt erlauben die Gruppengrößen den Einsatz aktivierender Lernmethoden wie bspw. Projektbearbeitung oder Einzel- und Gruppen-Präsentationen, die wiederum – neben dem Erlernen von „Soft Skills“ und Führungskompetenzen – insbesondere die Anwendungskompetenz fördern. Zur Vermittlung verschiedener Perspektiven, zur Überprüfung unterschiedlicher Kompetenzen und zur Berücksichtigung variierender Stärken und Schwächen der Studierenden setzt die accadis Hochschule in ihren Modulen daher auf Methodenvielfalt bei Vorlesungs- und Prüfungs-gestaltung.

Die Module werden durch die Lektüre von Fachliteratur begleitet. Alle in der Modulbeschreibung aufgeführten Bücher sind in der Bibliothek der Hochschule vorrätig. Darüber hinaus gibt es in der Regel ein Vorlesungsskript des Dozenten. Dieses steht je nach Didaktik der Vorlesung vorab und nach der Vorlesung im Intranet zum Download für die Studierenden bereit. Genauso werden auch Übungsaufgaben, relevante Fachartikel und die Beschreibungen von Fallstudien, die dem Selbststudium der Studierenden dienen, durch die Dozenten in die jeweilige Veranstaltung ins Intranet gestellt.

Bewertung:

Das didaktische Konzept ist beschrieben und bezüglich des Studiengangsziels logisch und nachvollziehbar. Es berücksichtigt auch hinreichend vielfältige Methoden.

Die begleitenden Lehrveranstaltungs-materialien sind inhaltlich und in ihrer formalen Ausgestaltung dem Studiengang adäquat und überzeugten die Gutachter im Hinblick auf ihre grundsätzliche Qualität. Dabei möchten die Gutachter hervorheben, dass das Hochladen der Lehrunterlagen in das Intranet sowie die übrige Nutzung des Intranet eine ihrer Überzeugung nach mehr als adäquate didaktische Anleitung und Unterstützung der Studierenden ermöglichen.

		Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
3.	Konzeption des Studienganges			
3.4	Didaktisches Konzept			
3.4.1	Logik und Nachvollziehbarkeit des didaktischen Konzeptes	x		
3.4.2	Begleitende Lehrveranstaltungs-materialien	x		

3.5 Berufsqualifizierende Kompetenzen

Die für das Ziel des Studienganges, Führungskräftenachwuchs für die internationale Kreativwirtschaft auszubilden, erforderlichen Fachkenntnisse (sowohl wirtschaftswissenschaftliche Grundlagen wie auch medien- und kreativwirtschaftliche Vertiefungen) und Kompetenzen werden im Curriculum unter ausführlicher Berücksichtigung der beruflichen Praxis vermittelt. In der Lehre wird die Berufsfeldbezogenheit durch den Einsatz von praxiserfahrenen Gastdozenten (s. auch Kapitel 4.1), in der Forschung durch (ausschließlich) anwendungsorientierte Forschungsprojekte zusammen mit Institutionen der Kreativwirtschaft gewährleistet. Neben fachlicher Kompetenz erwerben die Studierenden Methodenkompetenz; ihr Kommu-

nikationsvermögen und ihre „Soft Skills“ werden gefördert. Der Erwerb von Fachwissen bezogen auf internationale Aspekte der Branche und umfangreiche interkulturelle Erfahrungen runden das Qualifikationsprofil der Absolventen ab.

Bewertung:

Das Curriculum ist auf das Qualifikationsziel und auf einen berufsqualifizierenden Abschluss mit klarem inhaltlichem Profil im Bereich der internationalen Kreativwirtschaft ausgerichtet. Die erweiterte Berufsbefähigung der Absolventen gemäß der Studiengangzielsetzung und den definierten Learning Outcomes wird erreicht.

		Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
3.	Konzeption des Studienganges			
3.5	Berufsqualifizierende Kompetenzen	x		

4 Wissenschaftliches Umfeld und Rahmenbedingungen

4.1 Lehrpersonal des Studienganges

In den Bachelor- und Master-Studiengängen der Hochschule lehren derzeit nach Angaben der Hochschule rund 60 haupt- und nebenamtliche Dozenten, die insgesamt fünf Fachbereichen zugeordnet sind.

Der Anteil hauptberuflicher, professoraler Lehrkräfte liegt in dem Studiengang Media and Creative Management Industries ausweislich der eingereichten Lehrverflechtungsmatrix bei 52,8%. Darüber hinaus ist eine der vier momentan an der Hochschule ausgeschriebenen und zu besetzenden Professuren die Professur für Medienmärkte, die dem hier betrachteten Studiengang zu Gute kommen wird. Insgesamt werden rund 63% der Lehrleistung im vorliegenden Studiengang von (haupt-wie nebenamtlichen) Professoren und promovierten Dozenten erbracht. Die verbleibenden Lehrkräfte verfügen über einen akademischen Abschluss (Diplom, Master).

Die Gastdozenten verfügen neben teilweise akademischer Qualifikation vor allem über relevante berufliche Erfahrungen im Bereich der Kreativwirtschaft. Neben der wissenschaftlichen und pädagogischen Eignung ist auch die Erfahrung aus der Praxis ein relevantes Kriterium bei der Berufung von Professoren sowie bei der Vergabe von Lehraufträgen. Möglichkeiten zur Weiterbildung in Form von Inhouse-Schulungen oder auch externen Veranstaltungen stehen den Dozenten zur Verfügung. In diesem Turnus wird 2014 das sogenannte „House of Education“-Programm gestartet, das in einer Seminarfolge analysierend und Kompetenzen entwickelnd unterschiedliche Lehrformen mit den Dozenten behandeln wird.

Durch die geringe Größe der Studiengruppen besteht ein enger und persönlicher Kontakt der Studierenden zu den Dozenten. Diese stehen in ihren Pausen und Brückenstunden vor Ort für Fragen zur Verfügung, können aber darüber hinaus auch über das Intranet kontaktiert werden. Dieses stellt die zentrale Plattform für die nichtpersönliche Interaktion zwischen Student und Dozent dar. Alle Veranstaltungen haben eigene virtuelle Räume, in denen Studierende ihre Fragen und Dozenten ihre Antworten posten können. Von dieser Kontaktmöglichkeit machen die Studierenden regen Gebrauch, insbesondere bei Fragestellungen, die während ihrer Praxisprojekte auftreten. Dann können die Studierenden nicht nur ihren jeweiligen Betreuer, sondern auch den entsprechenden Fachdozenten ansprechen. Die Studienleitung erhält durch die Studierenden in der Regel positive Rückmeldung bezüglich der Response-Zeit der Dozenten bei derartigen Anfragen.

Bewertung:

In den Gesprächen vor Ort und auf Grundlage der vorgelegten Lebensläufe sowie der Lehrverflechtungsmatrix konnten sich die Gutachter davon überzeugen, dass Struktur und Anzahl des Lehrpersonals mit den Anforderungen des Studienganges korrespondieren. Die landesrechtliche Vorgabe, dass mindestens 50 % der Lehre von hauptamtlichen Professoren abgedeckt wird, ist erfüllt. Die Gutachter begrüßen den Einsatz von Dozenten mit Praxiserfahrung bei gleichzeitiger Konzentration der Berufungspolitik auf hinreichende Wissenschaftlichkeit der hauptamtlichen Professoren, die vorliegend durch zahlreiche Publikationen nachgewiesen ist. Gleichzeitig erachten sie die Besetzung einer Professur für Medienmärkte als abrundende Maßnahme zur qualitativ-quantitativ adäquaten Ausstattung des Studienganges. Maßnahmen zur Personalentwicklung und -qualifizierung sind vorhanden.

Den Studierenden wird eine regelmäßige Betreuung in akademischen, organisatorischen und auch persönlichen Fragen angeboten. Die Gutachter konnten sich, insbesondere auf Grundlage der Rückmeldung der Studierenden wie auch angesichts der regen Nutzung des

umfassend ausgestatteten Intranets, positiv davon überzeugen, dass im gesamten Studienverlauf die Betreuung durch die Lehrenden überdurchschnittlich intensiv gestaltet ist. Die durchgängige Erreichbarkeit und fachlich hilfreiche Rückmeldung wird auch von den hauptamtlich in der freien Wirtschaft tätigen Lehrenden erbracht. Dabei wurde auch in dem Gespräch mit den Lehrenden durchgängig deutlich, dass deren Betreuungsinteresse einer grundlegenden Begeisterung für den Studiengang und dessen Zielsetzung entspringt.

		Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
4.	Wissenschaftliches Umfeld und Rahmenbedingungen			
4.1	Lehrpersonal des Studienganges			
4.1.1	Struktur und Anzahl des Lehrpersonals in Bezug auf die curricularen Anforderungen	x		
4.1.2	Betreuung der Studierenden durch das Lehrpersonal	x		

4.2 Studiengangsmanagement

Die accadis Hochschule Bad Homburg steuert aufgrund ihrer überschaubaren Größe, dem ausschließlichen Angebot von betriebswirtschaftlichen Studiengängen und der damit einhergehenden inhaltlichen Nähe der angebotenen Studiengänge nicht mittels Studiengangsleitungen, sondern mittels einer Studienleitung. Die studiengangübergreifende Koordinierung von Grundlagenfächern, Fremdsprachen, Praxisprojekten sowie Auslandsaufenthalten etc. ist nach Angaben der Hochschule bewährte Praxis. Für die einen branchen- oder funktionsbezogenen Studiengang charakterisierenden inhaltlichen Module ist ein Fachbereichsleiter verantwortlich. Inhaltlich und curricular wird der Studiengang Media and Creative Industries Management von der Studienleitung zusammen mit dem Fachbereichsleiter des Fachbereichs 3 (Marketing and Media) verantwortet. Studienorganisatorisch werden sie durch die Abteilung „Studien- und Prüfungsorganisation“ (SPO) unterstützt, die außerdem auch für alle prüfungsrechtlichen Fragen verantwortlich ist. Gemeinsam mit der Hochschulleitung wird der endgültige Studienverlaufsplan festgelegt.

Die Studien- und Prüfungsorganisation ist die erste Anlaufstelle für die Studierenden. Hier werden alle organisatorischen Anfragen der Studierenden entgegengenommen, Raumzuordnungen und Prüfungspläne erstellt, die Durchführung der Prüfungen verantwortet und dabei die Einhaltung der Studien- und Prüfungsordnung sicher gestellt. Auch der Verleih von technischem Equipment, das die Studierenden für Präsentationen benötigen, findet hier statt. Das Hochschulmarketing stellt die Kommunikation des Studiengangs nach außen sicher und berichtet über aktuelle Trends und Entwicklungen im Studiengang.

Unterstützung bei der Identifizierung und/oder Bewerbung passender Plätze für Pflichtpraktika erhalten die Studierenden vom Career Center der accadis Hochschule. Dieses ist – zusammen mit der Studienleitung – auch für den Kontakt zu den Kooperationspartnern zuständig (Consultingprojekte, Jahrgangspatenschaften). Die Auslandskooperationen mit den Partnerhochschulen werden durch die Abteilung Internationale Programme koordiniert. Die Verwaltung der Hochschule unterstützt die Studierenden hinsichtlich allgemeiner Fragen zum Studium, sie unterstützt den Auslandsaufenthalt und bietet Karriereberatung an.

Maßnahmen zur Personalentwicklung und -weiterbildung, die die Verwaltung adressieren, sind individuell auf deren Positionen zugeschnitten und bedeuten in der Regel eine Teilnahme an extern angebotenen Seminaren.

Bewertung:

Die Studienleitung sowie Fachbereichsleiter mit Unterstützung der Hochschulgeschäftsführung koordinieren die Abläufe aller im Studiengang Mitwirkenden und stellen die Umsetzung des Studiengangskonzeptes sicher. Dabei konnten sich die Gutachter vor Ort vergewissern, dass dieses Management getragen wird von der gut ausgestatteten und funktionsfähigen Studien- und Prüfungsorganisation.

Dabei sind die Aufgaben klar und transparent verteilt, die jeweiligen Ansprechpartner aus den Bereichen Career Center, Auslandsaufenthalt oder Praxisprojekt stehen sowohl Studierenden als auch Lehrenden bei Bedarf zur Verfügung und tragen für eine insgesamt reibungslose Durchführung des Studienganges Sorge. Für die Größe der Hochschule ist die Ausstattung mit Verwaltungsmitarbeitern ausreichend, Maßnahmen zur Personalentwicklung und -qualifizierung werden durchgeführt.

		Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
4.	Wissenschaftliches Umfeld und Rahmenbedingungen			
4.2	Studiengangsmanagement			
4.2.1	Studiengangsleitung und Studienorganisation	x		
4.2.2	Verwaltungsunterstützung für Studierende und das Lehrpersonal	x		

4.3 Kooperationen und Partnerschaften

Die accadis Hochschule Bad Homburg unterhält Kooperationen zu derzeit neun internationalen Partnerhochschulen:

- American Business School (ABS), Paris, Frankreich,
- East Carolina University (ECU), Greenville, NC, USA,
- Estudios Universitarios y Superiores de Andalucía (EUSA) in Angliederung an Universidad de Sevilla, Sevilla, Spanien,
- Florida Atlantic University (FAU), Boca Raton, FL, USA,
- Avans School of International Studies (ASIS), Breda, Niederlande,
- Northumbria University (NBS), Newcastle, Großbritannien,
- University of KwaZulu-Natal (UKZN), Durban, Südafrika,
- University of Applied Science (HAAGA-HELIA), Helsinki, Finnland,
- Ocean University of China (OUC), Qingdao, China.

Diese Partnerhochschulen unterliegen ihrerseits den nationalen Formen der Qualitätssicherung oder sind durch internationale Agenturen akkreditiert, sodass die Qualität des Studienangebots auch an den Partnerhochschulen gesichert ist. Die Zusammenarbeit basiert auf schriftlichen Kooperationsabkommen und wird von regelmäßigen Besuchen und Gegenbesuchen gestärkt.

In dem vorliegenden Studiengang eignen sich für einen Auslandsaufenthalt nach Erfahrungen der Hochschule insbesondere die beiden Hochschulen in Boca Raton und Greenville, USA, da sie branchenspezifische Module wie bspw. Contemporary Issues in Motion Picture

Management, U.S. Telecommunication Industry, News Media Ethics oder Writing for the Electronic Mass Media anbieten. Soweit kein festes Modulprogramm innerhalb der Kooperation vorgegeben ist, werden die zu absolvierenden Module vor dem Auslandsaufenthalt in einem Learning Agreement zwischen Studierenden und Hochschule abgesprochen, hierzu stehen dem Studierenden die entsprechenden Modulkataloge der Partnerhochschulen zur Verfügung.

Weitere Kooperationen, etwa mit der Hochschule für Gestaltung in Offenbach, befinden sich im Aufbau. Die Hochschule ist stetig bemüht, ihr bereits bestehendes schulisches und hochschulisches Netzwerk auszubauen, so ist sie Mitglied des Verbands der Privaten Hochschulen, des Verbands deutscher Privatschulen und des Vereins für Weiterbildung in Hessen.

Gleichzeitig verfügt die Hochschule über ein ausgeprägtes Kooperationsnetzwerk von mehreren 100 Unternehmen, die entweder Studierende in die dualen Studiengänge der Hochschule geschickt oder Praktikumsplätze für die betreuten Praxisprojekte zur Verfügung gestellt haben. Für den Studiengang Media and Creative Industries Management ist die Verbindung über Gastdozenten zum IMUC e.V. Interessenverband der Musikmanager und Consultants von großem Interesse, es sind gemeinsame Forschungsprojekte angedacht. Auch zum Börsenverein des Deutschen Buchhandels bestehen gute Kontakte über Gastdozentschaften und gemeinsame Projekte. Die Frankfurter Neue Presse hat im Jahre 2013 ein Stipendium auf einen Studienplatz im vorliegenden Studiengang ausgeschrieben.

Darüber hinaus hat die accadis Hochschule Bad Homburg die Kontakte zu Unternehmen durch die Einrichtung eines Beirats institutionalisiert. Der Beirat hat die Aufgabe, die Hochschulleitung der accadis Hochschule Bad Homburg bei der Realisierung ihrer Ziele und ihrer Positionierung im Bereich der tertiären Bildung zu beraten.

Dabei sollen die wissenschaftliche Orientierung und die Perspektiven der Wirtschaft sowohl bei bestehenden Studiengängen als auch bei der Entwicklung neuer Studiengänge berücksichtigt werden.

Bewertung:

Die Kooperationen mit den jeweiligen ausländischen Hochschulen sind in den jeweiligen Memorandums of Understanding beschrieben und dokumentiert. Die Gutachter erkennen an, dass ein angesichts der Größe der Hochschule breites Netzwerk mit ausländischen Partnerhochschulen besteht und führen dies, von der Hochschule bestätigt, auf die erfolgreiche Durchführung des Bachelor-Studienganges International Business zurück. Sie begrüßen, dass an der Ausweitung dieser Partnerschaften auf den vorliegenden Studiengang gearbeitet und gleichzeitig weitere Kooperationspartner generiert werden. Zum Zeitpunkt der Begutachtung beurteilen die Gutachter die bestehenden Kooperationen als für den Studiengang ausreichend.

Eine schriftliche Dokumentation der Zusammenarbeit mit der großen Anzahl von Unternehmen bezüglich dieses Studienganges liegt nicht vor. Die Gutachter sind jedoch davon überzeugt, dass die Verknüpfung und Kooperation mit Unternehmen aus der Wirtschaft durch die Praxistätigkeit der Dozenten, die gemeinsamen (Forschungs-)Projekte und die jeweiligen persönlichen Verbindungen und Tätigkeiten innerhalb der genannten Vereinigungen konkret und fortlaufend zur Konzeption bzw. Weiterentwicklung des Studienganges genutzt werden. Auf diese Weise werden Umsetzung und Qualität des Studiengangskonzeptes gewährleistet.

		Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
4.	Wissenschaftliches Umfeld und Rahmenbedingungen			
4.3	Kooperationen und Partnerschaften			
4.3.1	Kooperationen mit Hochschulen und anderen wissenschaftlichen Einrichtungen bzw. Netzwerken	x		
4.3.2	Kooperationen mit Wirtschaftsunternehmen und anderen Organisationen	x		

4.4 Sachausstattung

Die accadis Hochschule verfügt über zwölf Vorlesungsräume mit 18 bis 60 Plätzen sowie über neun Gruppenarbeitsräume sowie mehrere Aufenthalts- /Multifunktionsräume, die sämtlich über eine aktuelle medientechnische Ausstattung verfügen. Alle Räume sind per Fahrstuhl und damit barrierefrei erreichbar. Es existiert ein Computerarbeitsraum mit 29 Computern, in dem die Office-Anwendungen, die in Fachmodule einfließen, gelehrt werden. In den Gruppenarbeitsräumen stehen weitere elf an das Internet angeschlossene Computer zur Verfügung. Darüber hinaus sind die neuen Vorlesungsräume im ersten Stock mit in den Tischen eingelassenen Steckdosen ausgestattet, die der zunehmenden Nutzung von Laptops Rechnung tragen. Zwei WLAN-Netze gewährleisten den Studierenden im ganzen Gebäude Internetzugang wie auch den Dozenten die Live-Nutzung des Internets in der Veranstaltung. Die Computerräume mit Internetzugang und die Bibliothek sind jedem Studierenden der accadis Hochschule zugänglich.

Für den Zugang zu erforderlicher Literatur besteht für den Studierenden zunächst die Möglichkeit der Nutzung der Präsenzbibliothek der accadis Hochschule. Ihre Bestände sind im Intranet unter accadis.net recherchierbar, sie verfügt derzeit etwa über 3.500 Werke und befindet sich im ständigen Ausbau. Aus dem Hochschulbudget sind jährlich 10.000 EUR für die Erweiterung der Präsenzbibliothek und der Online-Angebote eingeplant. Die Bibliothek ist während der Öffnungszeiten der Hochschule permanent für jeden Studierenden zugänglich. In der Regel wählen die Studierenden aber die erforderliche Literatur aus der Bestandsliste der Bibliothek im Intranet aus. Die Ausgabe der Bücher erfolgt dann am folgenden Werktag in der Studien- und Prüfungsorganisation. In der Präsenzbibliothek selbst gibt es sechs Bibliotheksarbeitsplätze mit Computerausstattung. Für die Stillarbeit mit ausgeliehener Literatur gibt es darüber hinaus in der ersten Etage wie im Untergeschoss eine Vielzahl von Gruppenarbeitsräumen, die mit Computerarbeitsplätzen ausgestattet sind und somit für die Fernausleihe wie auch für die Online-Bestellung aus dem Präsenzkatalog der accadis Hochschule genutzt werden können.

Die Studierenden haben außerdem die Möglichkeit, nahe gelegene Präsenzbibliotheken wie die Universitätsbibliothek und die Deutsche Bibliothek in Frankfurt am Main kostenfrei zu nutzen.

Die Hochschule verfügt außerdem über Online-Zugänge zu Datenbanken wie LexisNexis und WISO-Wirtschaftswissenschaften von I-Genios Deutsche Wirtschaftsdatenbank GmbH. Online-Zugänge bestehen auch für die Bestände an e-journals und e-books der Universitätsbibliothek Frankfurt sowie der Bestände der Deutschen Nationalbibliothek Leipzig und Frankfurt am Main. Seit Frühjahr 2013 verfügt die accadis Hochschule auch über einen Zugang zum STATISTA-Portal, den alle Studierenden kostenfrei nutzen können.

Bewertung:

Die sachliche Ausstattung entspricht quantitativ und qualitativ, auch unter Berücksichtigung der übrigen angebotenen Studiengänge, den Anforderungen des Studienganges. Die vorhandenen Ressourcen der Hochschule entsprechen modernen Anforderungen.

Die Räume und Zugänge sind behindertengerecht ausgestattet und barrierefrei erreichbar.

Die vielfältigen Zugänge zu anderen Bibliotheken sowie der elektronische Zugriff auf die wiso-Online-Bibliothek neben der nach Ansicht der Gutachter durchaus noch ausbaufähigen Präsenzbibliothek sind hinreichend geeignet, den für die Studierenden notwendigen Zugang zur Literatur zu gewähren. Insbesondere die vollständigen Nutzungsrechte sowie der Online-Zugang ermöglichen Literaturrecherche unabhängig von Öffnungszeiten.

Die Media- und IT-Ausstattung ist zur Durchführung des Studienganges geeignet, insbesondere ist hierbei die Ausstattung mit Computern und die ausgezeichnete Intranet-Nutzung zu nennen. Arbeitsplätze für Studierende sind hinreichend vorhanden.

		Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
4.	Wissenschaftliches Umfeld und Rahmenbedingungen			
4.4	Sachausstattung			
4.4.1	Quantität, Qualität der Unterrichtsräume	x		
4.4.2	Zugangsmöglichkeit zur erforderlichen Literatur	x		

4.5 Finanzplanung und Finanzierung des Studienganges

Die accadis Hochschule Bad Homburg ist eine private Institution und finanziert sich ausschließlich aus Studiengebühren. Diese betragen für den vorliegenden Studiengang ca. 25.000 EUR. Die Vorgängerinstitution der accadis Hochschule Bad Homburg existiert bereits seit 1980. Infrastruktur und finanzielle Grundausstattung ergeben sich aus dem langjährigen Betrieb der Institution.

Zur Absicherung der Studiengänge liegt dem Hessischen Ministerium für Wissenschaft und Kunst Wiesbaden eine Bankbürgschaft der TaunusSparkasse über Euro 500.000 vor.

Bewertung:

Während der Begutachtung vor Ort konnten sich die Gutachter anhand der vorgelegten Gewinn- und Verlustrechnungen und der Bilanzen aus den Jahren 2012/13 sowie Gesprächen mit der Geschäftsführung davon überzeugen, dass die finanzielle Grundausstattung der Hochschule vorhanden ist und regelmäßig extern überprüft wird. Eine Finanzierungssicherheit für den aktuellen Studienzyklus sowie den gesamten Akkreditierungszeitraum ist somit gegeben.

		Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
4.	Wissenschaftliches Umfeld und Rahmenbedingungen			
4.5	Finanzplanung und Finanzierung des Studienganges	x		

5 Qualitätssicherung

Die Hochschule verfügt über ein Qualitätsmanagementsystem, in dem alle für den Lehrbetrieb relevanten Prozesse nach Leitungs-, Kern- und Unterstützungsprozessen beschrieben sind. Darin sind die Akteure und ihre jeweiligen Aufgaben festgelegt, wobei die Aspekte der Studiengangs(weiter)entwicklung und Qualitätssicherung klar voneinander abgegrenzt werden.

Wesentliche Grundlage für die Steuerung ebenso wie für die Qualitätsbeobachtung des Qualitätsmanagementsystems der Hochschule ist das hochschuleigene KPI (Key Performance Indicator) System, in dem alle relevanten Daten aktuell vorgehalten werden. Die fortlaufende Beobachtung der Qualität des Lehrbetriebs liegt in den Händen des Qualitätsmanagementbeauftragten (QMB). Er fertigt nach jedem Trimester sogenannte Quality Minutes und einmal pro Jahr im Sommer den umfangreichen Qualitätsbericht an.

Die Daten im KPI-System beruhen unter anderem auf verschiedenen hochschulstatistischen Daten sowie auf einer regelmäßigen Evaluation relevanter Aspekte der Studiengangsdurchführung.

Die wichtigsten Instrumente der Qualitätssicherung sind die nach jedem Trimester stattfindenden Online-Lehrevaluationen, die Trimestergespräche zwischen Studien- und Prüfungsorganisation, Kanzler und/oder Vertrauensdozent und Studiengruppe, die einmal jährlich stattfindende Absolventenbefragung sowie die regelmäßig erhobene Workloadabfrage, deren Ergebnisse der QMB neben der Auswertung der Prüfungsergebnisse in die Beurteilung der Studiengänge mit einfließen lässt. Bei der Absolventenbefragung werden Verbleib der Absolventen bezüglich Karrierepfad sowie Einstiegsgehalt und die rückblickende Bewertung der Qualifikationsziele abgefragt. Darüber hinaus werden die Studierenden in einjährigem Turnus bzgl. ihrer Zufriedenheit mit der Verwaltung befragt.

Mindestens einmal pro Jahr tragen der QMB und die Studienleitung rechtliche Neuerungen bzw. geänderte Anforderungen zusammen und leiten ggf. Konsequenzen für bestimmte Studiengänge an der Hochschule ab. Die Ergebnisse und Erkenntnisse des Qualitätsmanagements werden in zwei Richtungen zurückgespielt:

Zum einen werden identifizierte Schwachstellen oder Ansatzpunkte genutzt, um die „laufende Produktion“ der Bildungsdienstleistung zu verbessern. Darüber hinaus wird sichergestellt, dass die Erkenntnisse auch in die „Produktentwicklung“ mit einfließen, also ein strategisches Lernen ermöglicht wird. Bei der Ausgestaltung neuer Studiengänge sollen somit die im laufenden Prozess auftretenden und erkannten Mängel berücksichtigt werden.

Die auf dieser Grundlage neu entwickelten oder überarbeiteten Studiengänge werden in einem zweistufigen Verfahren auf ihre Qualität und insbesondere auf die Einhaltung der externen Vorgaben geprüft. Die erste Kontrollschleife findet intern durch den QMB statt, die zweite extern durch das Auditgremium. Diese Evaluation von Studiengängen wird anhand einer Checkliste durchgeführt, die alle relevanten externen Vorgaben beinhaltet.

Der vorliegende Studiengang ist in dieses Qualitätsmanagementsystem eingebunden und wurde unter Einhaltung oben genannter „Kontrollschleifen“ entwickelt.

Studiengang, Studienverlauf, Prüfungsanforderungen und Zugangsvoraussetzungen einschließlich der Nachteilsausgleichsregelungen für Studierende mit Behinderung für den vorliegenden Studiengang sind im Students Handbook, der Studien- und Prüfungsordnung, der Zulassungssatzung, dem Modulhandbuch, auf der Internetseite und in den Broschüren der Hochschule für Studierende und Interessenten dokumentiert und zugänglich gemacht.

In den Beratungsgesprächen werden obige Dokumente und studiengangsbezogene Broschüren zur Beratung hinzugezogen. Mit Studienbeginn werden an jeden Studierenden die

oben genannten Dokumente auf einem USB-Stick ausgeteilt. Außerdem sind sie im Intranet hinterlegt.

Die Mitarbeiter der Studien- und Prüfungsorganisation stehen kontinuierlich für Nachfragen der Studierenden und Studieninteressenten zur Verfügung.

Bewertung:

Die Hochschule führt Evaluationen bzgl. aller für die Qualitätsüberprüfung eines Studienganges notwendigen Fragen an alle wichtigen Gruppierungen durch. Dabei sind diese Instrumente in ein System eingebettet, welches zwar noch in der Weiterentwicklungsphase ist, jedoch bereits sicherstellt, dass die Ergebnisse der Evaluationen in die Weiterentwicklung des Studienganges mit einfließen. Innerhalb dieses Systems werden alle Verantwortlichen des Studienganges eingebunden und die Studierenden über Maßnahmen informiert. So teilen die Studierenden den Gutachtern mit, dass eine negative Workloadbeurteilung eines Moduls im nächstmöglichen Zyklus zu einer Umstrukturierung bzw. inhaltlichen Anpassung des Moduls führte.

Alle wesentlichen Anforderungen, Inhalte und studienorganisatorischen Vorgaben des Studienganges sind in einer Vielzahl von Dokumenten dargestellt und veröffentlicht. Die Hochschule pflegt dabei nach Überzeugung der Gutachter einen informativen und transparenten Stil. Die ab August 2014 avisierte Internetseite trägt diesem Anspruch in besonderem Maße Rechnung; da sie die Studiengänge thematisch sortiert darstellt. Die Information durch die Mitarbeiter der Studien- und Prüfungsorganisation ergänzt die transparente Dokumentation.

		Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
5.	Qualitätssicherung			
5.1	Qualitätssicherung und Weiterentwicklung	x		
5.2	Transparenz und Dokumentation	x		

Qualitätsprofil

Hochschule/Berufsakademie: accadis Hochschule Bad Homburg

Bachelor-/Master-Studiengang: Media and Creative Industries Management (B.A.)

Beurteilungskriterien

Bewertungsstufen

		Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
1.	Ziele und Strategie			
1.1.	Logik und Nachvollziehbarkeit der Zielsetzung des Studiengangskonzeptes	x		
1.2	Studiengangprofil (nur relevant für Master-Studiengang)			n.r.
1.3	Geschlechtergerechtigkeit und Chancengleichheit	x		
2.	Zulassung (Zulassungsprozess und -verfahren)			
2.1	Zulassungsbedingungen	x		
2.2	Auswahlverfahren	x		
2.3	Berufserfahrung (relevant für weiterbildenden Master-Studiengang)			n.r.
2.4	Gewährleistung der Fremdsprachenkompetenz	x		
2.5	Transparenz der Zulassungsentscheidung	x		
3.	Konzeption des Studienganges			
3.1	Umsetzung	x		
3.1.1	Struktureller Aufbau des Studienganges (Kernfächer / ggf. Spezialisierungen (Wahlpflichtfächer) / weitere Wahlmöglichkeiten / Praxiselemente)	x		
3.1.2	Berücksichtigung des „European Credit Transfer and Accumulation Systeme (ECTS)“ und der Modularisierung	x		
3.1.3	Studien- und Prüfungsordnung	x		
3.1.4	Studierbarkeit	x		
3.2	Inhalte			
3.2.1	Logik und konzeptionelle Geschlossenheit des Curriculums	x		
3.2.2	Begründung der Abschlussbezeichnung	x		
3.2.3	Begründung der Studiengangsbezeichnung	x		
3.2.4	Prüfungsleistungen und Abschlussarbeit	x		
3.3	Kompetenzerwerb für anwendungs- und/oder forschungsorientierte Aufgaben (sofern vorgesehen - nur bei Master-Studiengang)			n.r.

3.4	Didaktisches Konzept	
3.4.1	Logik und Nachvollziehbarkeit des didaktischen Konzeptes	x
3.4.2	Begleitende Lehrveranstaltungsmaterialien	x
3.5	Berufsbefähigung	x
4.	Ressourcen und Dienstleistungen	
4.1	Lehrpersonal des Studienganges	
4.1.1	Struktur und Anzahl des Lehrpersonals in Bezug auf die curricularen Anforderungen	x
4.1.2	Betreuung der Studierenden durch Lehrpersonal	x
4.2	Studiengangsmanagement	
4.2.1	Studiengangsleitung und Studienorganisation	x
4.2.2	Verwaltungsunterstützung für Studierende und das Lehrpersonal	x
4.3	Kooperationen und Partnerschaften	
4.3.1	Kooperationen mit Hochschulen und anderen wissenschaftlichen Einrichtungen bzw. Netzwerken (falls relevant)	x
4.3.2	Kooperationen mit Wirtschaftsunternehmen und anderen Organisationen	x
4.4	Sachausstattung	
4.4.1	Quantität, Qualität der Unterrichtsräume	x
4.4.2	Zugangsmöglichkeit zur erforderlichen Literatur	x
4.5	Finanzplanung und Finanzierung des Studienganges	x
5.	Qualitätssicherung	
5.1	Qualitätssicherung und Weiterentwicklung	x
5.2	Transparenz und Dokumentation	x