

Beschluss der FIBAA-Akkreditierungs- und Zertifizierungskommission

2. Sitzung am 28. Mai 2021

PROGRAMMAKKREDITIERUNG

Projektnummer:	20/136
Hochschule:	Hochschule der Wirtschaft für Management
Standorte:	Mannheim
Studiengang:	Business Management (B.A.) (ehem. Management und Unternehmensführung)
Art der Akkreditierung:	Änderung der bestehenden Akkreditierung bzgl. der neuen Studiengangsbezeichnung zu „Business Management“ sowie Erweiterung um die Studienrichtungen „Unternehmensführung“ und „Vertriebsmanagement“ mit weiteren inhaltlichen Änderungen am Pflichtcurriculum

Die FIBAA-Akkreditierungs- und Zertifizierungskommission hat im Auftrag der Stiftung Akkreditierungsrat wie folgt beschlossen:

Die bestehende Akkreditierung des Studienganges wird gemäß Ziff. 3.1.1 der Regeln des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung i.d.F. vom 20. Februar 2013 an die Studiengangsbezeichnung „Business Management“ angepasst sowie um die Studienrichtungen „Unternehmensführung“ und „Vertriebsmanagement“ mit weiteren inhaltlichen Änderungen am Pflichtcurriculum erweitert.

Akkreditierungszeitraum: 15. Juli 2016 bis 30. September 2023

Das Siegel der Stiftung Akkreditierungsrat wird vergeben.

Gutachten

Hochschule:

Hochschule der Wirtschaft für Management,
Mannheim (HdWM)

Bachelor-Studiengang:

Business Management
(ehem. Management und Unternehmensführung)

Abschlussgrad:

Bachelor of Arts (B.A.)

Allgemeine Informationen zu dem Studiengang

Kurzbeschreibung des Studienganges „Business Management“

Der Studiengang wendet sich an Bewerberinnen und Bewerber mit Hochschulzugangsberechtigung, die eine praxisnahe Ausbildung für die Wahrnehmung von Aufgaben im Management anstreben. Ihnen werden Kompetenzen in allen betriebswirtschaftlichen Funktionen vermittelt, zusätzlich erwerben sie methodische, sozial-kommunikative und interkulturelle Qualifikationen. Die Ausbildung soll z.B. zur Wahrnehmung assistierender Aufgaben im Bereich der Geschäftsführung, im Controlling, zur Unternehmensgründung oder -übernahme in der Familiennachfolge, befähigen.

Zuordnung des Studienganges:

grundständig

Regelstudienzeit und Umfang der ECTS-Punkte des Studienganges:

6 Semester, 180 ECTS-Punkte

Studienform:

Vollzeit

Double/Joint Degree vorgesehen:

nein

Aufnahmekapazität und Zügigkeit (geplante Anzahl der parallel laufenden Jahrgänge):

30, einzügig

Start zum:

sowohl zum Wintersemester als auch zum Sommersemester

Erstmaliger Start des Studienganges:

Sommersemester 2011

Start des geänderten Programms: Sommersemester 2021

Akkreditierungsart:

Erweiterung der bestehenden Akkreditierung um die Änderung der Studiengangsbezeichnung zu „Business Management“, die Studienrichtungen „Unternehmensführung“ und „Vertriebsmanagement“ und weitere inhaltlichen Änderungen am Pflichtcurriculum

Ablauf des Akkreditierungsverfahrens

Am 28. Juli 2015 wurde zwischen der FIBAA und der Hochschule der Wirtschaft für Management (HdWM), Mannheim, ein Vertrag über die Re-Akkreditierung des Studienganges Management und Unternehmensführung (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 04. Februar 2010. Der Studiengang wurde unter einer Auflage vom 15. Juli 2016 bis zum Ende des Sommersemesters 2023 durch die FIBAA-Akkreditierungskommission für Programme akkreditiert.

Am 9. Dezember 2020 wurde zwischen der FIBAA und der HdWM ein Vertrag über die Erweiterung der bestehenden Akkreditierung um die Änderung der Studiengangsbezeichnung zu „Business Management“, die Studienrichtungen „Unternehmensführung“ und „Vertriebsmanagement“ und weitere inhaltlichen Änderungen am Pflichtcurriculum geschlossen. Am 20. Januar 2021 übermittelte die Hochschule einen begründeten Antrag, der eine Darstellung des Studiengangs umfasst und das Einhalten der Kriterien für die Akkreditierung von Studiengängen dokumentiert.

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

Professor Dr. Bernt Mayer

Ostbayerische Technische Hochschule Amberg-Weiden

Professur für Unternehmens- und Personalführung

(Unternehmensführung, Personalführung, Human Resource Management, interkulturelles Management, Empirische Personalforschung, Wirtschaftspsychologie, Behavioral Finance)

Professor Dr. Lutz H. Schminke

Hochschule Fulda

Professur für Internationales Management und Marketing

(Internationales Marketing, Strategisches Management)

FIBAA-Projektmanagerin:

Dilan Hatun

Die Ergänzungsakkreditierung wurde im Schriftverfahren durchgeführt.

Das auf dieser Grundlage erstellte Gutachten wurde der Hochschule am 17. Mai 2021 zur Stellungnahme zugesandt. Die Hochschule übermittelte ihre Stellungnahme zum Gutachten am 17. Mai 2021; die Stellungnahme ist im vorliegenden Gutachten bereits berücksichtigt.

Zusammenfassung

Die Änderung der Studiengangsbezeichnung zu „Business Management“, die neuen Studienrichtungen „Unternehmensführung“ und „Vertriebsmanagement“ und die weiteren inhaltlichen Änderungen am Pflichtcurriculum des Studienganges entsprechen den Strukturvorgaben der Kultusministerkonferenz (KMK) und den Anforderungen des Akkreditierungsrates sowie ohne Ausnahme den Anforderungen des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse in der zum Zeitpunkt der Verfahrenseröffnung geltenden Fassung. Somit kann die bestehende Akkreditierung von der Foundation for International Business Administration Accreditation (FIBAA) im Auftrag der Stiftung Akkreditierungsrat angepasst werden.

Darstellung und Bewertung im Einzelnen

1 Zielsetzung

Der Studiengang „Management und Unternehmensführung“ (B.A.) und „Beratung und Vertriebsmanagement“ (B.A.) zählten ursprünglich zum Angebot der HdWM. Die HdWM verzeichnete in den letzten Semestern einen Rückgang in den Bewerberzahlen in beiden Studiengängen feststellen. Dies veranlasste die Hochschule dazu, die Resonanz der beiden Studienprogramme zu überprüfen. Hierbei ergab sich insbesondere ein Rückgang der Bewerberzahlen im Studiengang „Beratung und Vertriebsmanagement“ (B.A.), weshalb dieser Studiengang fortan nicht mehr angeboten wird. Da die Absolventinnen und Absolventen aus „Beratung und Vertriebsmanagement“ (B.A.) in der Vergangenheit von den Partnerunternehmen und anderen Unternehmen besonders nachgefragt wurden, behält die Hochschule die Vertriebsmanagementmodule bei. Diese werden fortan im überarbeiteten Studiengang „Business Management“ (B.A.) angeboten. Die Zielsetzung und die Umbenennung des Studiengangs „Management und Unternehmensführung“ (B.A.) wird darin geäußert, dass die Studierenden die Vertiefungsrichtung im Laufe des Studiums wählen. Zu Beginn des Studiums erfolgt ein generalistisches Managementstudium, während im fünften und sechsten Semester ein individueller Schwerpunkt gesetzt werden kann.

Das Studienprogramm „Business Management“ (B.A.) zielt somit darauf ab, betriebswirtschaftlich ausgebildete Nachwuchskräfte für die Partnerunternehmen der Hochschule zu gewinnen. Zielsetzung des Programms ist es, den Studierenden ein solides betriebswirtschaftliches und ökonomisches Grundwissen für die Wahrnehmung von Aufgaben im Management sowie verhaltenswissenschaftliches Schnittstellenwissen über Führungsaufgaben zu vermitteln. Die Absolventinnen und Absolventen sind befähigt, betriebswirtschaftliche Probleme mit quantitativen und qualitativen Methoden zu lösen, Managemententscheidungen vor volkswirtschaftlichem Hintergrund zu beurteilen und in einen rechtlichen Rahmen einzuordnen. Der Studiengang befähigt die Absolventinnen und Absolventen zur Übernahme von vielfältigen betriebswirtschaftlichen Tätigkeiten in Unternehmen und Organisationen. So beispielsweise in Assistenten- und Stabsstellen der Geschäftsleitung, für die Position des Junior-Controllers, Junior-Marketer oder Junior-Vertriebsmitarbeiter, aber auch für die eigene Unternehmensgründung oder die Nachfolge im Familienunternehmen.

Weitere Informationen sind dem Hauptgutachten zu entnehmen.

Bewertung:

Die Qualifikationsziele sind klar formuliert und fügen sich weiterhin sinnvoll in die Gesamtzielsetzung des Studiengangs ein. Nach Ansicht des Gutachtergremiums lassen sich mit dem Abschluss in „Business Management“ (B.A.) über die von der Hochschule genannten weitere Beschäftigungsmöglichkeiten im Bereich Human Resources Management finden, wie etwa Personalreferent in mittelständischen Unternehmen oder Junior-Personal-Referent in Großunternehmen.

Im Übrigen entspricht die Bewertung derjenigen im Hauptgutachten.

3 Inhalte, Struktur und Didaktik

3.1 Inhaltliche Umsetzung

Das Curriculum des Studienganges ist folgendermaßen aufgebaut (Zeitliche Gliederung):

Nr.	Module/Lehrveranstaltungen Bezeichnung	ECTS-Semester						P	WL	KS	SS	ECTS
		1	2	3	4	5	6					
1. Semester												
ABWL	Allgemeine Betriebswirtschaftslehre	5						K	52	73	5	
GLM	Grundlagen Marketing	5						K	52	73	5	
WA	Wissenschaftliches Arbeiten und Schreiben	2						S	26	24	2	
PRA	Präsentationstechniken	2						P	26	24	2	
SEL	Selbstmanagement und Lerntechniken	1						T	13	12	1	
KOM	Grundlagen der Kommunikation	4						K	52	48	4	
WM	Wirtschaftsmathematik	5						K	52	73	5	
WE1	Wirtschaftsenglisch I	3						KP	52	23	3	
2. Semester												
VWL	Volkswirtschaftslehre		6					K	52	98	6	
BBI	Buchführung und Bilanzierung		5					K	52	73	5	
KLR	Kosten- und Leistungsrechnung		5					K	52	73	5	
MOD	Moderations- und Teamtechniken		2					K	26	24	2	
AST	Angewandte Statistik		5					K	52	73	5	
WE2	Wirtschaftsenglisch II		3					KP	52	23	3	
VER	Verantwortungsvolle Unternehmensführung		5					K/S	52	73	5	
3. Semester												
HRM	Human Resource Management			5				K	52	73	5	
MMK	Digital Marketing			5				K	52	73	5	
FINI	Finanzierung und Investition			5				K	52	73	5	
FME	Forschungsmethoden			5				K	52	73	5	
CASE	Praxisprojekt			5				KP	45	80	5	
WM I	Wahlmodul aus MIB, PM oder SAI			5				K	52	73	5	
4. Semester												
PR	Praktikum				30			PB	30	720	30	
5. Semester												
WRE	Wirtschaftsrecht					5		K	52	73	5	
IW	Internationale Wirtschaft					5		K	52	73	5	
UNF	Unternehmensführung und digitale Geschäftsmodelle					5		K/S	52	73	5	
CIT	Controlling und Reporting					5		K	52	73	5	
NAC	Nachhaltigkeitsmanagement					5		K	52	73	5	
UF I	Vertiefung UF I: Strategisches Denken - Spieltheorie					5		K/S	52	73	5	
VE I	Vertiefung VM I: Vertriebsstrategie und Vertriebsorganisation					5		K/S	52	73	5	
6. Semester												
MAF	Mitarbeiterführung					5		K/S	52	73	5	
IT	IT-Systeme und IT-Anwendungen in Unternehmen					5		K	52	73	5	
UF II	Vertiefung UF II: Innovationsmanagement und Entrepreneurship					5		KP	52	73	5	
VE II	Vertiefung VM II: Kundenverhalten und Kundenmanagement					5		K/S	52	73	5	
WM II	Wahlmodul aus MIB, PM oder SAI					5		K	52	73	5	
BA	Bachelorarbeit						12	T	45	255	12	
		27	31	30	30	30	32		1563	2937	180	

Erläuterung: WL = Workload, KS = Kontaktstudium, SS = Selbststudium, P = Prüfungsformen:

K = Klausur, S = Seminararbeit, P = Präsentation, MP = Mündliche Prüfung, KP = Kombinationsprüfung, T=Teilnahme, PB = Praktikumsbericht, T = Bachelorthesis.

Thematische Gliederung

Nr.	Module/Lehrveranstaltungen Bezeichnung	ECTS-Semester						P	WL	SS	ECTS
		1	2	3	4	5	6		KS		
Wirtschaftswissenschaften/Management											
ABWL	Allgemeine Betriebswirtschaftslehre	5						K	52	73	5
GLM	Grundlagen Marketing	5						K	52	73	5
VWL	Volkswirtschaftslehre		6					K	52	98	6
BBI	Buchführung und Bilanzierung		5					K	52	73	5
KLR	Kosten- und Leistungsrechnung		5					K	52	73	5
FINI	Finanzierung und Investition			5				K	52	73	5
HRM	Human Resource Management			5				K	52	73	5
MMK	Digital Marketing			5				K	52	73	5
WRE	Wirtschaftsrecht					5		K	52	73	5
IW	Internationale Wirtschaft					5		K	52	73	5
Methoden, Sprachen											
WM	Wirtschaftsmathematik	5						K	52	73	5
AST	Angewandte Statistik		5					K	52	73	5
FME	Forschungsmethoden			5				K	52	73	5
WA	Wissenschaftliches Arbeiten und Schreiben	2						S	26	24	2
PRA	Präsentationstechniken	2						P	26	24	2
KOM	Grundlagen der Kommunikation	4						K	52	48	4
SEL	Selbstmanagement und Lerntechniken	1						T	13	12	1
MOD	Moderations- und Teamtechniken		2					K	26	24	2
WE1	Wirtschaftsenglisch I	3						KP	52	23	3
WE2	Wirtschaftsenglisch II		3					KP	52	23	3
Schwerpunktbildung											
CASE	Praxisprojekt			5				KP	45	80	5
UNF	Unternehmensführung und digitale Geschäftsmodelle					5		K/S	52	73	5
CIT	Controlling und Reporting					5		K	52	73	5
NAC	Nachhaltigkeitsmanagement					5		K	52	73	5
VER	Verantwortungsvolle Unternehmensführung		5					K/S	52	73	5
MAF	Mitarbeiterführung					5		K/S	52	73	5
IT	IT-Systeme und IT-Anwendungen in Unternehmen					5		K	52	73	5
UF I	Vertiefung UF I: Strategisches Denken - Spieltheorie					5		K/S	52	73	5
UF II	Vertiefung UF II: Innovationsmanagement und Entrepreneurship					5		KP	52	73	5
VE I	Vertiefung VM I: Vertriebsstrategie und Vertriebsorganisation					5		K/S	52	73	5
VE II	Vertiefung VM II: Kundenverhalten und Kundenmanagement					5		K/S	52	73	5
WM I	Wahlmodul aus MIB, PM oder SAI			5				K	52	73	5
WM II	Wahlmodul aus MIB, PM oder SAI					5		K	52	73	5
Bachelorarbeit, Praktikum											
PR	Praktikum				30			PB	30	720	30
BA	Bachelorarbeit						12	T	45	255	12
		27	31	30	30	30	32		1563	2937	180

Erläuterung: WL = Workload, KS = Kontaktstudium, SS = Selbststudium, P = Prüfungsformen:

K = Klausur, S = Seminararbeit, P = Präsentation, MP = Mündliche Prüfung, KP = Kombinationsprüfung, T=Teilnahme, PB = Praktikumsbericht, T = Bachelorthesis.

Folgende Veränderungen wurden im Studiengang vorgenommen:

- Das Studienprogramm „Beratung und Vertriebsmanagement“ (B.A.) wurde eingestellt. Da die Absolventinnen und Absolventen aus diesem Studienprogramm in der Vergangenheit von den Partnerunternehmen der Hochschule und anderen Unter-

nehmen besonders nachgefragt wurden, werden die zwei Module „Vertriebsstrategie und Vertriebsorganisation“ und „Kundenverhalten und Kundenmanagement“ im neuen Kursprogramm als Wahlmodule angeboten.

- Jeweils vor Beginn des 3. und des 6. Fachsemesters wählen die Studierenden ihr individuelles Wahlmodul. Hier können Module aus anderen Studiengängen gewählt werden. Damit soll die Interdisziplinarität über die Studiengänge hinweg gefördert werden. Studieren und Lernen über Studiengänge hinweg, mit Studierenden aus anderen Kulturkreisen (insbesondere im englischsprachigen Programm) soll Offenheit und Akzeptanz gegenüber anderen Positionen und Kompetenzen fördern, die zukünftig für Managementhandeln an Bedeutung gewinnen werden. Die Wahlmodule werden in der nachfolgenden Tabelle dargestellt:

B.A. Management in International Business (MIB)	B.Sc. Psychologie und Management (PM)	B.A. Soziale Arbeit – Integrationsmanagement (SAI)
Im 3. Fachsemester		
International Economics; 5 ECTS	Einführung in die Wirtschafts-, Arbeits- und Organisationspsychologie, 5 ECTS	Institutionen der privaten und öffentlichen Sozialisation, 5 ECTS
International Marketing, 6 ECTS	Grundlagen der Sozialpsychologie, 5 ECTS	Institutionen der öffentlichen und privaten Jugendhilfe, 5 ECTS
International Human Resource Management, 6 ECTS	Grundlagen der Markt- und Werbepsychologie, 5 ECTS	Systemische Diagnosen und Interventionen einschließlich Biografiearbeit, 5 ECTS
Intercultural Communications, 6 ECTS		Unternehmen in ihrer gesellschaftlichen Funktion und Integrationsfunktion, 5 ECTS
		Methoden betrieblicher Sozialarbeit und betriebliches Integrationsmanagement, 5 ECTS
Im 6. Fachsemester		
Business Cultures, 6 ECTS	Psychologie der Unternehmensidentität und -kultur, 5 ECTS	Nationale und internationale Organisationen der Integrationsarbeit und Sozialpolitik, 5 ECTS
International Sales Management, 6 ECTS	Vertiefung MW-Psychologie, 5 ECTS	Finanzierung, Evaluierung und Qualitätsmanagement Sozialer Arbeit, 5 ECTS
International Business Case Studies, 6 ECTS	Vertiefung AO-Psychologie, 5 ECTS	
Business Ethics & Corporate Governance, 6 ECTS	Psychologische Aspekte von Change-, Risiko- und Krisenmanagement	
International Politics & Organizations, 6 ECTS	Gesundheitspsychologie	
Applied Business Psychology, 6 ECTS		
Public Speaking and Debating, 5 ECTS		

- Neben dem zunehmenden Wunsch nach individueller Verwirklichung, wurde bei der Überarbeitung des Studienprogramms das gestiegene Interesse der Studieninteressierten an Nachhaltigkeitsthemen berücksichtigt. Daher wurde das Modul „Nachhaltigkeitsmanagement“ eingeführt. Hierbei ist geplant, Praxisvorträge und Praxisbesuche in Unternehmen der Region zu organisieren, die sich in Nachhaltigkeitsfragen besonders engagieren.
- Das Modul „Unternehmensethik und Nachhaltigkeit“ wurde bisher im sechsten Fachsemester behandelt. Da die Studierenden zu diesem Zeitpunkt ihren Einstieg in den Beruf oder ins Masterstudium planen und klassische Managementtheorien bereits

verinnerlicht haben, wird das Modul ins zweite Fachsemester verschoben. Zudem wird es in „Verantwortungsvolle Unternehmensführung“ umbenannt, da ethische und moralische Aspekte des eigenen Handelns und der Unternehmensführung an inhaltlicher Relevanz gewinnen.

- Im bisherigen Programm wurde die Persönlichkeitsentwicklung durch die Module „Grundlagen der Kommunikation“, „Präsentationstechniken“ und „Team- und Moderationstechniken“ realisiert. Allerdings erachtet die Hochschule dies nicht als ausreichend (vgl. Selbstbericht, S.9), da insbesondere zu Beginn des Studiums viele Studierende Probleme haben, sich zu organisieren oder eigene Lernstrategien zu entwickeln. Daher wurde das Modul „Selbstmanagement und Lerntechniken“ entwickelt, wo den Studierenden aufgezeigt werden soll, wie man sich selbst im Studium organisiert, welche Lerntechniken sich eignen und welche Rolle die eigene Einstellung zum Studium für die Studienmotivation spielt. Daneben sind zukünftig weitere optionale Kurse geplant, die die Entwicklung der eigenen Persönlichkeit und die Professionalisierung fördern sollen. Dazu zählen Angebote im Bereich des Career Service, Angebote des Kooperationspartners Studium Generale der Universität Mannheim und Angebote zur systemischen Weiterbildung in Zusammenarbeit mit dem Institut für systemische Beratung (ISB) in Wiesloch.
- Die Hochschule möchte nach eigenen Angaben (vgl. Selbstbericht, S.9) den Fokus noch stärker auf Digitalisierungsthemen setzen und hat daher folgende Veränderungen vorgenommen: Das Modul „Marketing-Management“ wird modifiziert und vertieft nun Themen des Digitalen Marketing (z.B. Online-Marketing, Social-Media-Marketing, Influencer-Marketing, Marketing Automation). Im Modul „Unternehmensführung“ werden zukünftig Digitale Geschäftsmodelle (z.B. E-Business, Industrie 4.0) vertieft behandelt. Das Modul „IT-Anwendungen im Vertrieb“ aus dem ehemaligen Bachelorprogramm „Beratung und Vertriebsmanagement“ geht als neues Modul „IT-Systeme und IT-Anwendungen in Unternehmen“ in das überarbeitete Programm ein.

Die Bezeichnung „Business Management“ wurde gewählt, um einerseits den Schwerpunkt in den Studieninhalten aufzugreifen (Management-Themen, Betriebswirtschaftslehre), und andererseits die Stringenz zum nachfolgenden Masterprogramm „Business Management“ (M.A.) deutlich zu machen. Wählen die Absolventinnen und Absolventen den Weg in die berufliche Praxis, stehen vielfältige kaufmännische Tätigkeiten zur Wahl, so beispielsweise als Assistenz der Geschäftsleitung, als Nachwuchsführungskraft, als Nachfolge im Familienbetrieb oder als Führungskraft im eigenen Start-up. Durch die Wahlmöglichkeiten im Studienprogramm sollen die Studierenden individuelle Schwerpunkte setzen und sich auf unterschiedliche Tätigkeitsfelder vorbereiten (z.B. im Vertrieb, eigene Gründung). Damit ist das Studienprogramm betriebswirtschaftlich breit aufgestellt, was in der Studiengangsbezeichnung „Business Management“ zum Ausdruck kommen soll.

Weitere Informationen sind dem Hauptgutachten zu entnehmen.

Bewertung:

Aus Sicht des Gutachtergremiums sind die curricularen Anpassungen nachvollziehbar und plausibel und fügen sich stimmig in das Gesamtcurriculum ein. Nach Ansicht des Gutachtergremiums besteht Potential, mehr internationale Inhalte im Studiengang zu vermitteln. So könnte beispielsweise im 5. Semester „International Human Resources“ und anstatt „Mitarbeiterführung“ im 6. Semester „Leadership“ als Modul angeboten werden.

Im Übrigen entspricht die Bewertung derjenigen im Hauptgutachten.

3.2 Struktur

Folgende Änderungen wurden in den einzelnen Modulen vollzogen:

Sem.	Bisheriges Modul	Veränderung im neuen Programm	Hinweis/Begründung
1	Allgemeine BWL	Reduzierung der ECTS-Punkte	Gleichwertigkeit mit anderen Modulen herstellen
1	Grundlagen Marketing	Keine	
1	Wirtschaftsmathematik	Keine	
1	Wissenschaftliches Arbeiten	Wissenschaftliches Arbeiten und Schreiben	Anpassung im Modultitel
1	Grundlagen Kommunikation	Keine	
1	Präsentationstechniken	Keine	
1		Selbstmanagement und Lerntechniken	Neu hinzugekommen, um die Fähigkeit zur Studienorganisation zu steigern
1	Wirtschaftsenglisch I	keine	
2	VWL	Keine	
2	Buchführung und Bilanzierung	Keine	
2	Kosten- und Leistungsrechnung	Keine	
2	Angewandte Statistik	Keine	
2	Unternehmensethik und Nachhaltigkeit (6. FS)	Verantwortungsvolle Unternehmensführung	Jetzt im 2. FS, Änderung des Modultitels, Nachhaltigkeit nun eigenes Modul im 5. FS
2	Moderations- und Teamtechniken	Keine	
2	Mittelstands- und Konzernmanagement	Entfällt	Relevanz und Abgrenzung zu anderen Modulen nicht sichtbar
2	Wirtschaftsenglisch II	Keine	
3	Marketing-Management	Digital Marketing	Digitalisierungsthemen im Marketing sollen stärker als bisher berücksichtigt werden
3	Human Resource Management	Keine	
3	Finanzierung und Investition	Keine	
3	Forschungsmethoden	Keine	
3	Case Study	Praxisprojekt	Änderung im Modultitel
3		Wahlmodul aus MIB, PM oder SAI	Neue Wahlmöglichkeit
	Wirtschaftsenglisch III	Entfällt	Nicht notwendig durch Wahlmodul MIB
4	Praktikum	Keine	
5	Internationale Wirtschaft	Keine	
5	Wirtschaftsrecht	Keine	
5	Unternehmensführung	Unternehmensführung und digitale Geschäftsmodelle	Ergänzung um Digitalisierungsthemen
5	Controlling und SAP	Controlling und Reporting	Ergänzung um Reporting, da bisher zu wenig berücksichtigt. SAP wird in das Modul IT-Systeme und IT-Anwendungen im 6. FS integriert
5		Nachhaltigkeitsmanagement	Neues Modul
5	Managementforschung	Strategisches Denken – Spieltheorie	Änderung im Modultitel und in den Modulschwerpunkten
5		Vertriebsstrategie und Vertriebsorganisation	Neues Modul als Wahlmodul aus dem eingestellten Programm B.A. Beratung und Vertriebsmanagement
6	Mitarbeiterführung	Keine	Wechseln vom 5. FS in 6. FS
6		IT-Systeme und IT-Anwendungen in Unternehmen	Neues Modul aus dem eingestellten Programm B.A. Beratung und Vertriebsmanagement
6	Entrepreneurship	Innovationsmanagement und Entrepreneurship	Erweiterung um Innovation
6		Kundenverhalten und Kundenmanagement	Neues Modul als Wahlmodul aus dem eingestellten Programm B.A. Beratung und Vertriebsmanagement
6	Bachelorarbeit	Keine	
6		Wahlmodul aus MIB, PM oder SAI	Neue Wahlmöglichkeit

Es wurden wenige Modifikationen an bestehenden Modulen vorgenommen. Ein Modul („Nachhaltigkeitsmanagement“) wurde neu aufgenommen. Dafür wurde das Sprachmodul „Wirtschaftsenglisch III“ entfernt. Mit den beiden Wahlmodulen im Semester 3 und 6 besteht die Möglichkeit, Module im englischsprachigen Studienprogramm „Management in International Business“ (B.A.) zu besuchen. Dadurch soll die Sprachkompetenz noch besser gefördert werden kann.

Weitere Informationen sind dem Hauptgutachten zu entnehmen.

Bewertung:

Die angepasste Struktur dient der Umsetzung des Curriculums und fördert den Kompetenzerwerb der Studierenden. Nach Prüfung des Modulhandbuchs ist dem Gutachtergremium aufgefallen, dass beim Modul „Digital-Marketing“ eine inhaltliche Überschneidung mit den „Grundlagen des Marketing“ besteht. Demnach bilden nur 20 % der Inhalte digitale Themen ab, selbiges gilt für die Literaturangaben in diesem Modul. Beim Modul „Unternehmensführung und Digitale Geschäftsmodelle“ könnte der digitale Bereich nach Ansicht des Gutachtergremiums verstärkter behandelt werden. Im thematischen Bereich der Schwerpunktbildung werden in einigen Modulen zu alte Literaturangaben gemacht, wie etwa in den Modulen „Verantwortungsvolle Unternehmensführung“, „IT Systeme und IT-Anwendungen im Unternehmen“ und „Innovationsmanagement und Entrepreneurship“. Nach Ansicht des Gutachtergremiums könnten Grundlagenfächer, wie „Wirtschaftsmathematik“ und „Angewandte Statistik“ hinsichtlich der literarischen Angaben ebenfalls aktualisiert werden.

Im Übrigen entspricht die Bewertung derjenigen im Hauptgutachten.

3.3 Didaktisches Konzept

Durch die Corona-Pandemie wird der Lehrbetrieb in Form von synchronen Video-Konferenzen in „MS Teams“ organisiert. Die Studierenden können sich mit den in „MS Teams“ implementierten Tools untereinander austauschen, Dateien teilen und verschiedene Online-Applikationen nutzen (z.B. „Whiteboard“, „Forms“, „Padlet“). Soweit die Corona-Pandemie es zulässt, wird der Unterricht im Sommersemester 2021 zum Start des neuen Programms wieder in Präsenzform stattfinden.

Die begleitenden Studienmaterialien stehen in „MS Teams“ zum Download allen Studierenden zur Verfügung. Hierfür wurde für jede Lehrveranstaltung eine eigene MS Teams-Gruppe, welche von den Lehrenden und der Studiengangsleitung administriert wird, eingerichtet. Diese Möglichkeit soll auch zukünftig unabhängig von der Unterrichtsform (Präsenz- oder Onlineunterricht) genutzt werden. Zusätzlich wurde in „MS Teams“ eine gemeinsame Gruppe für die Studierenden eines Programms eingerichtet, die als gemeinsame Kollaborationsplattform dient und über die alle Materialien und Informationen, die zur erfolgreichen Studienorganisation notwendig und nützlich sind, den Studierenden zur Verfügung gestellt werden. Diese gemeinsame Gruppe wird von der Studiengangsleitung verwaltet.

Weitere Informationen sind dem Hauptgutachten zu entnehmen.

Bewertung:

Das didaktische Konzept der Studiengänge ist weiterhin nachvollziehbar und auf das Studiengangsziel hin ausgerichtet.

Im Übrigen entspricht die Bewertung derjenigen im Hauptgutachten.

4 Wissenschaftliches Umfeld und Rahmenbedingungen

4.1 Lehrpersonal

Die Lehre an der HdWM wird von hauptberuflichen Professorinnen und Professoren, von wissenschaftlichen Mitarbeitenden, von freiberuflichen Lehrbeauftragten und Honorarprofessorinnen und Honorarprofessoren übernommen. Im Dezember 2020 waren 19 hauptberufliche Professorinnen und Professoren an der HdWM beschäftigt. Da ein Professor aktuell beurlaubt ist, sind im WS 2020/21 18 Professorinnen und Professoren in der Lehre tätig (17,5 VZÄ). Daraus ergibt sich ein Betreuungsverhältnis zwischen Professorinnen und Professoren und Studierenden (508) von rund 1 zu 29. Die HdWM plant bis zum Wintersemester 2023/24 einen Aufwuchs auf 28 Professorinnen und Professoren im Umfang von 24,5 VZÄ (einschl. Hochschulleitung). Darüber hinaus beschäftigt die HdWM sechs hauptamtliche wissenschaftliche Mitarbeitende, die neben der Unterrichtsverpflichtung auch Aufgaben in der Forschung wahrnehmen.

Die Lehrquote im neuen Programm „Business Management“ (B.A.) führt nach aktuellen Planungen zu einer professoralen Quote von 59 Prozent.

Rund 20% der Lehre übernehmen wissenschaftliche Mitarbeitende, rund 30% Lehrbeauftragte und Honorarprofessorinnen und -professoren der HdWM. Diese stellen eine wichtige Ergänzung des Lehrangebots dar. Sie bringen durch ihre berufliche Qualifikation Praxiserfahrung in die Lehre ein und bieten den Studierenden qualifizierte Einblicke in die Arbeitswelt. Durch die besondere Stellung der Partnerunternehmen im Konzept der HdWM werden bei der Vergabe von Lehraufträgen auch Mitarbeitende aus Partnerunternehmen berücksichtigt. Die Modulverantwortungen obliegen i.d.R. hauptamtlichen Professorinnen und Professoren, wobei von insgesamt 33 Modulverantwortungen im Studiengang 16 auf die Studiengangsleitung und 10 auf einen hauptamtlichen Professor entfallen.

Die Studienorganisation wird vorwiegend von der Studiengangsleitung vorgenommen. Die Mitarbeitenden der Service Bereiche der HdWM wie Studienbüro, Prüfungsamt, International Office, Career Service, Karriere Inklusive, Bibliothek und Buchhaltung sind Ansprechpersonen für alle administrativen und organisatorischen Fragen der Studierenden.

Nichtwissenschaftliches Personal wird (Stand Wintersemester 2019/2020) an der HdWM im Umfang von 12 VZÄ eingesetzt, wovon insgesamt 0,75 VZÄ auf die Hochschulleitung entfallen. Die Tätigkeitsprofile erstrecken sich auf die Bereiche Studienbüro, Prüfungsamt, Bibliothek, Rechnungswesen, Weiterbildung, Facility Management, IT, Marketing und Vertrieb, Career Service und Förderprogramme, International Office und Qualitätsmanagement. In einigen Bereichen wurden zusätzlich Minijobs vergeben und studentische Hilfskräfte eingesetzt. Dieser Personalbereich soll bis zum Wintersemester 2023/24 auf 14 VZÄ anwachsen.

Bewertung:

Anzahl und Struktur des Lehrpersonals korrespondieren weiterhin, auch unter Berücksichtigung der Mitwirkung in anderen Studiengängen, mit den Anforderungen des Studiengangs. Sie entsprechen den nationalen Vorgaben. Das Gutachterteam regt jedoch an, die Häufung von Modulverantwortungen bei einzelnen Lehrenden zu vermeiden.