

Gutachten

zur Akkreditierung der Studiengänge

- **B.Sc. BW/Controlling, Finanz- und Rechnungswesen**
- **B.Sc. BW/Personalmanagement**
- **M.A. Service Marketing**

sowie zur Reakkreditierung der Masterstudiengänge

- **M.A. Controlling, Finance and Accounting**
- **M.A. Creative Communication and Brand Management**
- **MBA Human Resources Management & Consulting**

an der Hochschule Pforzheim

Begehung am 30.09.2008

Gutachtergruppe:

Prof. Dr. Michael Kleinaltenkamp	Freie Universität Berlin, Marketing-Department
Prof. Dr. Thorsten Hagenloch	Hochschule Merseburg (FH), ABWL, Unternehmensrechnung und Controlling
Prof. Dr. Herbert Grüner	Weißensee Kunsthochschule Berlin, Grundlagen der Wirtschaftswissenschaften
Joseph Wimmel	Student der privaten Fachhochschule Göttingen (Studentischer Gutachter)
Dipl.-Kfm. Carl-Heinrich Kruse	Berater im Personalbereich, Duisburg (Vertreter der Berufspraxis)

Koordination:

Dr. Verena Kloeters Geschäftsstelle AQAS, Bonn

1. Akkreditierungsentscheidung und Änderungsaufgaben

Auf der Basis des Berichts der Gutachtergruppe und der Beratungen der Akkreditierungskommission in der 33. Sitzung vom 24./25.11.2008 spricht die Akkreditierungskommission folgende Entscheidungen aus:

I. Erst-Akkreditierung

- I.1 Der Studiengang „**BW/Controlling, Finanz- und Rechnungswesen**“ mit dem Abschluss „**Bachelor of Science**“ an der Hochschule Pforzheim wird mit einer Auflage akkreditiert.
- I.2 Der Studiengang „**BW/Personalmanagement**“ mit dem Abschluss „**Bachelor of Science**“ an der Hochschule Pforzheim wird mit einer Auflage akkreditiert.
- I.3 Der Studiengang „**Service Marketing**“ mit dem Abschluss „**Master of Arts**“ an der Hochschule Pforzheim wird mit Auflagen akkreditiert. Es handelt sich um einen **konsekutiven** Masterstudiengang. Die Akkreditierungskommission stellt für den Studiengang ein **stärker stärker anwendungsorientiertes** Profil fest.
- I.4 **Die Akkreditierung der Studiengänge wird jeweils für eine Dauer von fünf Jahren (unter Berücksichtigung des vollen zuletzt betroffenen Studienjahres) ausgesprochen und ist gültig bis zum 30.09.2014.**

Sollte einer der Studiengänge zu einem späteren Zeitpunkt anlaufen, kann die Akkreditierung auf Antrag der Hochschule entsprechend verlängert werden.

II. Reakkreditierung

- II.1 Der Studiengang „**Controlling, Finance and Accounting**“ mit dem Abschluss „**Master Arts**“ an der Hochschule Pforzheim wird mit Auflagen reakkreditiert. Es handelt sich um einen **konsekutiven** Masterstudiengang. Die Akkreditierungskommission stellt für den Studiengang ein **stärker stärker anwendungsorientiertes** Profil fest.

Die Akkreditierung des Studiengangs bezieht sich nicht auf den möglichen Double Degree.
- II.2. Der Studiengang „**Creative Communiation and Brand Management**“ mit dem Abschluss „**Master Arts**“ an der Hochschule Pforzheim wird mit Auflagen reakkreditiert. Es handelt sich um einen **konsekutiven** Masterstudiengang. Die Akkreditierungskommission stellt für den Studiengang ein **stärker stärker anwendungsorientiertes** Profil fest.
- II.3 Der Studiengang „**Human Resources Management & Consulting**“ mit dem Abschluss „**Master of Business Administration**“ an der Hochschule Pforzheim wird mit Auflagen reakkreditiert. Es handelt sich um einen **weiterbildenden** Masterstudiengang. Die Akkreditierungskommission stellt für den Studiengang ein **stärker stärker anwendungsorientiertes** Profil fest.
- II.4 **Die Reakkreditierung der Studiengänge wird jeweils für eine Dauer von fünf Jahren (unter Berücksichtigung des vollen zuletzt betroffenen Studienjahres) ausgesprochen und ist unter Anrechnung der Frist zur Verlängerung der Erstakkreditierung gemäß Beschluss der Akkreditierungskommission vom 19.08.2008 gültig bis zum 30.09.2013.**

III. Auflagen

Die Auflagen beziehen sich auf im Verfahren festgestellte Mängel hinsichtlich der Erfüllung von Qualitätsanforderungen unwesentlicher Art im Sinne des Beschlusses des Akkreditierungsrats „Entscheidungen der Akkreditierungsagenturen: Arten und Wirkungen“ i.d.F. vom 31.10.2008. **Die Auflagen sind umzusetzen. Die Umsetzung der Auflagen ist schriftlich zu dokumentieren und AQAS spätestens bis zum 31.12.2009 anzuzeigen.**

Auflagen:

1. Die noch fehlenden studiengangspezifischen Zulassungsvoraussetzungen für den Studiengang „Service Marketing“ sind zur Überprüfung nachzureichen.
2. Die teilweise sehr großen Module in den Masterstudiengängen (außer „Service Marketing“) (12 bis 22 Credits) sind hinderlich in Bezug auf die Mobilität der Studierenden und die Anrechnung von Leistungen. Die Module sind entsprechend zu verkleinern um eine prinzipielle Anrechenbarkeit zu erleichtern.

3. Entsprechend den European MBA Guidelines sind für den Studiengang „Human Resources Management“ mindestens zwei Jahre Berufserfahrung als Zulassungsvoraussetzung festzulegen. Im Hinblick auf die nächste Reakkreditierung des Studiengangs empfiehlt die Akkreditierungskommission eine stärkere Anlehnung an die European MBA Guidelines. Vor diesem Hintergrund sollte der Anteil an General-Management-Elementen in dem Studiengang erhöht werden.
4. Im Zuge der Transparenz muss der Studiengang „Human Resources Management & Consulting“ in der Außendarstellung eindeutig dem Vollzeit- oder dem berufsbegleitenden Bereich zugeordnet oder in zwei Varianten angeboten werden.
5. Es sind Unterlagen zur Dokumentation der Kapazitäten für die an der Fakultät angebotenen Studiengänge (Kapazitätsberechnung) nachzureichen.

Zur Weiterentwicklung der Studiengänge werden die folgenden Empfehlungen geben:

Empfehlungen:

1. Einzelheiten in den Modulhandbüchern der Studiengänge „BW/Controlling, Finanz- und Rechnungswesen“ und „Controlling, Finance and Accounting“ sollten überarbeitet werden.
2. Die fakultativen Auslandssemester sollten als „Mobility Windows“ im Curriculum der Bachelorstudiengänge deutlich gemacht und mit Lernergebnissen belegt werden. Dabei sollten "auslandstypische" Lernergebnisse dokumentiert werden, nicht fachgebundene Kenntnisse und Fertigkeiten, die im Vorfeld nicht bestimmbar sind. Auch ist festzulegen, wie diese Lernergebnisse überprüft werden (z.B. Reflektionsbericht).
3. Es wird empfohlen, den Studiengang „Service Marketing“ als „Dienstleistungsmanagement“ zu positionieren, weil auch die bereits vorhandenen Inhalte in erster Linie diese Aspekte umfassen.
4. Die Einrichtung eines Beirats für den Studiengang „Service Marketing“ wird empfohlen.
5. In der Außendarstellung sollte der „Aufsatzpunkt“ des Masterstudiengangs „Controlling, Finance and Accounting“ deutlicher hervorgehoben werden, indem die Vertiefungsaspekte deutlich gemacht werden.

2. Allgemeine Informationen

Konzeption:

Die Hochschule Pforzheim beantragt die erstmalige Akkreditierung der betriebswirtschaftlichen Bachelorstudiengänge „BW/Controlling, Finanz- und Rechnungswesen“ und „BW/Personalmanagement“ und des Masterstudiengangs „Service Marketing“ sowie die Reakkreditierung der Masterstudiengänge „Controlling, Finance and Accounting“, „Creative Communiation and Brand Management“ und „Human Resources Management & Consulting“.

Die Zulassungsvoraussetzungen für die **Bachelorstudiengänge** sind in der Auswahlsetzung für die Bachelorstudiengänge der Hochschule Pforzheim geregelt. Zugangsvoraussetzung ist jeweils das Vorliegen der allgemeinen Hochschulreife, der fachgebundenen Hochschulreife, der Fachhochschulreife oder einer als gleichwertig anerkannten Zugangsberechtigung. Ein Englisch-Einstufungstest ist für alle Studiengänge obligatorisch, um alle Studierenden während der ersten Studienphase in Englisch-Kursen auf unterschiedlichen Niveaus auf ein Mindest-Sprachniveau zu bringen.

Zugangsvoraussetzung für alle Masterstudiengänge ist ein erster berufsqualifizierender Hochschulabschluss der BWL mit mindestens 210 Credits. Darüber hinaus gibt es weitere studiengangspezifische Zulassungsvoraussetzungen. Studienanfänger, die ein grundständiges Studium mit weniger als 210 Credits absolviert haben, können unter Auflagen zum Masterstudium zugelassen werden und müssen, um insgesamt 300 Credits zu erreichen, entsprechende Zusatzleistungen um Umfang von 30 Credits erbringen. Diese Lehrveranstaltungen werden mit dem Studiendekan im Rahmen einer verbindlichen Studienvereinbarung (VSV) festgelegt und können grundsätzlich aus allen Lehrveranstaltungen der Master-Programme sowie aus bestimmten Lehrveranstaltungen der Bachelor-/Diplom-Studiengänge stammen.

Die Fakultät ist nach eigenen Angaben bestrebt, den Frauenanteil sowohl von Seiten der Lehrenden als auch von Seiten der Studierenden zu erhöhen, bietet jedoch keine spezifischen Anreize zur Gewinnung oder Förderung weiblicher Studierender. Der Anteil der weiblichen Studierenden in der Fakultät liegt bei ca. 50%.

Bewertung:

Die Zugangsvoraussetzungen der Bachelorstudiengänge sind in einer Zulassungssatzung festgelegt. Auswahlkriterien sind die Durchschnittsnote der Hochschulzugangsberechtigung und das Ergebnis eines studiengangsspezifischen, schriftlichen Tests. Die Auswahlentscheidung erfolgt nach dem Grad der Eignung und Motivation des Bewerbers für den gewählten Studiengang und den angestrebten Beruf und steht damit in Einklang mit der Zielsetzung des Studiums.

Die allgemeinen Zugangsvoraussetzungen der Masterstudiengänge sind in den jeweiligen Zulassungssatzungen geregelt, Besonderheiten in studiengangsspezifischen Bestimmungen. Das zweistufige Auswahlverfahren sieht nach Überprüfung formaler Kriterien ein kriteriengestütztes Auswahlgespräch vor, das in Einklang mit den Studienzielen insbesondere die von dieser Klientel erwartete Sozialkompetenz und Darstellungsfähigkeit betont.

Die Hochschule hat ihre Studiengänge nach dem „7 + 3“-Modell konzipiert, d.h. dass alle Bachelorstudiengänge eine Regelstudienzeit von sieben und alle Masterstudiengänge eine Regelstudienzeit von drei Semestern umfassen. Das führt dazu, dass von allen BewerberInnen für einen Studienplatz in einem Masterstudiengang verlangt werden muss, dass sie bereits Studienleistungen im Umfang von 210 Credits erlangt haben, damit sie später auch einen Master-Abschluss erlangen können. Dies ist für die Bachelor-Absolventen der Hochschule Pforzheim wohl typischerweise gegeben. Für alle Bewerbern und Bewerberinnen, die ‚nur‘ einen sechssemestrigen Bachelorstudiengang absolviert haben, ist das aber nicht der Fall. Das führt erstens dazu, dass der Kreis der möglichen Nachfrager der Studiengänge de facto eingeschränkt wird. Zweitens müssen alle diejenigen, die noch nicht über die notwendigen Credits verfügt, diese durch „Belegung geeigneter Veranstaltungen in einem Bachelorstudiengang“ nachholen (§ 2 der Zulassungsordnung). Dies hat jedoch zur Folge, dass dadurch die Studienzeiten in den Masterstudiengängen – entsprechend des Workload der zusätzlich notwendigen Veranstaltungen typischerweise um ein Semester – verlängert werden. Zudem kann vermutlich von diesen Studierenden der Studienverlaufsplan in den betreffenden Studiengängen nicht mehr eingehalten werden. Vor diesem Hintergrund stellt sich grundsätzlich die Frage, ob die Masterstudiengänge nicht 4-semestrig angeboten werden können.

Studierende, die von anderen Hochschulen wechseln, können einen Antrag auf Prüfungsanerkennung stellen. Die Anerkennungsprüfung erfolgt i.d.R. nicht schematisch und trägt damit der mobilitätserhöhenden Intention der Modularisierung Rechnung.

Die Fakultät sieht in der Förderung der Geschlechtergerechtigkeit ein bedeutendes Ziel, eine explizite und systematische Umsetzung in den einzelnen Studiengängen erfolgt nicht.

3. Bachelorstudiengänge

3.1. Profil und Ziele der Bachelorstudiengänge

3.1.1. B.Sc. BW/Controlling, Finanz- und Rechnungswesen

Konzeption:

Im Studiengang „BW/Controlling, Finanz- und Rechnungswesen“ sollen die Studierenden ein fundiertes Wissen über die Instrumente des Controllings, der Rechnungslegung und des Finanzmanagements erwerben und in die Lage versetzt werden, entsprechende Methoden auf reale Aufgabenstellungen anzuwenden. In diesem Zusammenhang sollen die Absolventen in der Lage sein, IT-Anwendungen einzusetzen und an der Planung, Entwicklung und Implementierung von entsprechenden IT-Lösungen mitzuwirken. Darüber hinaus sollen sie über die Fähigkeit verfügen, sich im internationalen Kontext sicher zu bewegen.

Der Anteil der weiblichen Studierenden in diesem Studiengang beträgt 45.02%.

Bewertung:

Die Ziele des Studiengangs werden als studiengangübergreifende und studiengangsspezifische Lernziele formuliert. Sie sind inhaltlich überzeugend und umfassen in beiden Ausrichtungen fachliche und überfachliche Qualifikationsaspekte. Die Lernziele werden berufsspezifischen Anforderungen im

Sinne von Fach- bzw. Methodenkompetenz gerecht und fördern die interpersonelle Befähigung zur Integration im nationalen/internationalen Kontext. Der Studiengang reiht sich konsistent in das Gesamtportfolio des Fachbereichs ein und unterstützt mit seinem spezifischen Bildungsziel die Profilausrichtung der Hochschule.

3.1.2. B.Sc. BW/Personalmanagement

Konzeption:

Im Studiengang Personalmanagement sollen die Studierenden spezifische Qualifikationen bezüglich der Planung, Entwicklung und Implementierung von Personalmanagement-Konzepten, einschließlich der Verbesserung von Geschäftsprozessen, erwerben. Vor diesem Hintergrund soll den Studierenden ein umfassendes Wissen an aktuellen Personalmanagement-Konzepten und -techniken vermittelt werden. Die Absolventen sollen in der Lage sein, grundlegende Prinzipien und Methoden beim Aufbau betrieblicher Strukturen anzuwenden und dabei die Interessen des/der Mitarbeiters/in mit den zu erledigenden Aufgaben zu verbinden und insbesondere in den Bereichen Kommunikation und Zusammenarbeit über starke interpersonelle Fähigkeiten verfügen.

Der Anteil der weiblichen Studierenden in diesem Studiengang beträgt 70,40%.

Bewertung:

Der Studiengang Personalmanagement ist Bestandteil einer großen Reihe von betriebswirtschaftlichen Bachelorstudiengängen des Fachbereichs. Ein hoher Anteil von gemeinschaftlichen betriebswirtschaftlichen Grundlagenfächern verbindet diese Studiengänge, so dass ein konsistentes und dennoch trennscharfes Studiengangsprofil möglich ist und auch erreicht wird. Vor dem Hintergrund des nationalen Qualifikationsrahmens in Wirtschaftswissenschaften sind Bildungsziele formuliert worden, die sowohl im Einklang mit hochschulübergreifenden als auch hochschulinternen Vorgaben stehen. Die Bildungsziele umfassen fachliche und überfachliche Aspekte. Die dazu ausgearbeiteten Inhalte sind geeignet, dass die Absolvierenden den Erfordernissen auf dem Arbeitsmarkt und darüber hinaus gehenden gesellschaftlichen Ansprüche gerecht werden können.

3.2. Qualität der Curricula

3.2.1. Studiengangübergreifende Struktur der Bachelorstudiengänge

Die Regelstudienzeit der Bachelorstudiengänge umfasst sechs Studiensemester und ein praktisches Semester. Das Studium gliedert sich in einen zweisemestrigen ersten Studienabschnitt, der mit der Vorprüfung abschließt, und einen zweiten fünfsemestrigen (inkl. Praxissemester) Studienabschnitt, der mit der Bachelorprüfung abschließt. Alle Studiengänge beinhalten eine wirtschaftswissenschaftliche Grundausbildung, die mit einer berufsqualifizierenden Profilbildung im jeweiligen Studiengang kombiniert wird. Dabei steigt der Anteil der studiengangsspezifischen Fächer kontinuierlich an.

Der Schwerpunkt der ersten vier Semester liegt auf der Vermittlung der Grundlagenkenntnisse in den studiengangübergreifenden Lehrgebieten und den Lehrgebieten des jeweiligen Studiengangsprofils. Dazu gehören Allgemeine BWL, Allgemeine VWL, Recht und Quantitative Methoden. Darüber hinaus erfolgt die Vermittlung von Schlüsselqualifikationen. Im fünften Semester ist das praktische Studiensemester vorgesehen.

Im sechsten und siebten Semester werden die Kenntnisse in den übergreifenden Lehrgebieten und den Lehrgebieten des jeweiligen Studiengangsprofils unter Einbeziehung der Erfahrungen aus dem praktischen Studiensemester vertieft. Die Veranstaltungen im siebten Semester werden nach ca. sechs Wochen abgeschlossen, damit die Studierenden direkt danach ihre Thesis beginnen können, um das Studium innerhalb der Regelstudienzeit abzuschließen. Das vierte und das sechste Semester sind so gestaltet, dass die Studierenden hier einen Auslandsaufenthalt planen können. Die Studierenden des Studiengangs BW/Controlling, Finanz- und Rechnungswesen müssen ein verpflichtendes Auslandsmodul erbringen.

3.2.2. B.Sc. BW/Controlling, Finanz- und Rechnungswesen

Konzeption:

Im Rahmen der studiengangspezifischen Veranstaltungen des 3. Semesters werden Kenntnisse des Kostenmanagements intensiviert. Dazu kommt eine Veranstaltung zu Grundlagen des Controllings sowie entsprechenden IT-Anwendungen im Rechnungswesen. Im vierten Semester werden zur Vorbereitung des praktischen Studiensemesters handels- und steuerrechtliche Fragen des Jahresabschlusses thematisiert. Die berufsspezifische Praxisphase im 5. Semester kann im Bereich Controlling, Rechnungslegung oder Finanzmanagement von Unternehmen oder in Wirtschaftsprüfungs- und Unternehmensberatungsgesellschaften durchgeführt werden. Im sechsten und siebten Semester werden integrative Felder des Bereichs Controlling, Finanz- und Rechnungswesen betont, wie z.B. Risikomanagement oder Unternehmensplanung. Außerdem besuchen die Studierenden zwei studiengangbezogene Seminare.

Für das für den Studiengang obligatorische Auslandsmodul kann zwischen einem Studiensemester einem Praxissemester, der Bachelor-Thesis oder einem freiwilligen Praktikum von mindestens acht Wochen gewählt werden. Am häufigsten wählen die Studierenden nach Angaben der Antragsteller bislang ein Studiensemester an einer ausländischen Hochschule. Primäre Intention des Auslandssemesters ist die Vermittlung von Sprachkenntnissen und internationaler Kompetenz.

Bewertung:

Der Studiengang vermittelt eine wirtschaftswissenschaftliche Grundausbildung sowie studiengangsspezifische Inhalte. Das Curriculum ist inhaltlich stimmig und didaktisch sinnvoll aufgebaut. Das Modulhandbuch dokumentiert eine logisch aufeinander aufbauende Modulabfolge, die ein modulübergreifendes Lernen und somit ein schrittweises Verständnis von Gesamtzusammenhängen sicherstellt. Die Module/Lehrveranstaltungen umfassen fachbezogenes und fachübergreifende Lerninhalte und sind mit der Ausrichtung auf die Förderung instrumentaler, systemischer und kommunikativer Kompetenz insgesamt zielführend im Hinblick auf die angestrebten Lernziele. Einzelheiten im Modulhandbuch sollten jedoch überarbeitet werden (Doppelung GMT 1021/1022).
[Empfehlung 1]

3.2.3. B.Sc. BW/Personalmanagement

Konzeption:

Zentrale fachliche Inhalte des Studiums sind die verhaltenswissenschaftlichen und arbeitsrechtlichen Grundlagen, Personalwirtschaft und Mitarbeiterbetreuung, Bildungswesen und Personalentwicklung, Mitarbeiterführung und Zusammenarbeit, strategisches Human Resources Management sowie Controlling und Evaluation im Personalbereich. Dazu kommen Elemente zur Förderung persönlicher, sozialer und methodischer Kompetenzen sowie der Handlungskompetenz.

Die Lehrveranstaltungen sind vor allem in Form von Seminaren und Trainings konzipiert, in denen Themengebiete und Projekte einzeln und im Team selbständig erarbeitet und präsentiert werden.

Da es Personalmanagement auch um den Umgang mit Frauen und Männern als Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Unternehmen geht, erfolgt eine explizite Auseinandersetzung mit dem Thema „Gender Mainstreaming“ zum Beispiel im Seminar „Personalbeschaffung, -Einsatz und -Freisetzung“, in dem Themenbereiche wie Frauen-/ Familienförderung, Frauen in Führungspositionen oder Managing Diversity angesprochen werden.

Bewertung:

Die Konzeption ist geeignet die Ziele des Studienganges zu erreichen. Neben den fachbezogenen Inhalten sind genügend überfachliche Angebote entwickelt worden, so dass es für die Studierenden möglich ist, sich umfassende Kompetenzen anzueignen. Die Verantwortlichen werden dazu ermuntert, die geplante bessere Verzahnung von personalwirtschaftlichen und arbeitsrechtlichen Inhalten didaktisch umzusetzen und auch durch verbesserte Modulbeschreibungen sichtbar zu machen. Die Logik der Bündelung von Lehr-Lern-Einheiten zu Modulen ist nicht immer unmittelbar erkennbar, weshalb es sicherlich auch im Interesse der Studierenden ist, ein über alle Bachelorstudiengänge einheitliches Verständnis von Modul und Lehr-Lern-Einheit zu entwickeln.

4. Masterstudiengänge

4.1. M.A. Service Marketing

4.1.1. Profil und Ziele

Konzeption:

Der Masterstudiengang Service Marketing umfasst eine Regelstudienzeit von 3 Semestern und soll zum Wintersemester 09/10 anlaufen. Er baut konsekutiv auf die ebenfalls an der Fakultät angebotenen vier unterschiedlichen Bachelorstudiengänge im Marketing-Bereich auf. Zugangsvoraussetzung ist ein erster berufsqualifizierender Hochschulabschluss der BWL mit mindestens 210 Credits. Die Prüfung der Zulassungsvoraussetzungen erfolgt in einem zweistufigen Verfahren.

Der Studiengang ist eher anwendungsorientiert ausgerichtet und hat das Ziel, qualifizierte Nachwuchsführungskräfte speziell für den wachsenden Dienstleistungsbereich auszubilden. Dabei sollen die Absolventen Managementaufgaben sowohl im Rahmen der Entwicklung als auch Vermarktung von Dienstleistungen übernehmen können.

Vor diesem Hintergrund sollen die Studierenden die für eine Leitungsaufgabe notwendigen Fähigkeiten in der Personalentwicklung und Mitarbeiterführung, der Prozess- und Organisationsgestaltung sowie dem zielorientierten betriebswirtschaftlichen Controlling erwerben und im betrieblichen Umfeld einsetzen können. Sie sollen die spezifischen Herausforderungen im Management und Marketing für Dienstleistungen theoretisch einordnen und erklären sowie in den Konsequenzen für das unternehmerische Handeln beurteilen können, spezielle Methoden und Verfahren für das Dienstleistungsmarketing verstehen und anwenden können und die spezifische Bedeutung von Informations- und Kommunikationstechnologien im Dienstleistungsmarketing erkennen im unternehmerischen Einsatz evaluieren können.

Insbesondere sollen auch auf technologischen Fortschritten basierende moderne Marketingkonzepte dargestellt und die notwendigen technologischen Grundlagen vermittelt werden.

Ein spezielles internationales Profil ist für den Studiengang nicht vorgesehen.

Bewertung:

Der Studiengang fokussiert auf den bedeutenden und zunehmend wichtiger werdenden Bereich der Vermarktung von Dienstleistungen. Dabei sollen sowohl reine als auch produktbegleitende Dienstleistungsangebote betrachtet werden. Es stellt sich die Frage, ob eine so enge Fokussierung allein auf das Marketing von Dienstleistungen sinnvoll, d.h. nicht zu eng ist. Zudem ist eine Trennung von Marketingaufgaben auf der einen und weiteren Managementaufgaben auf der anderen Seite bei Dienstleistungen bzw. in Dienstleistungsunternehmen oft nicht oder nur schwer möglich. Die inhaltlichen Ausführungen zu den Modulen machen deshalb – nicht überraschend – deutlich, dass hier sinnvollerweise auch Problemstellungen anderer betrieblicher Funktionsbereiche und allgemeine Managementaspekte angesprochen werden sollen. Auch stellt sich in Anbetracht der im Dienstleistungsbereich entstandenen Berufsfelder die Frage, ob die Fokussierung auf den Bereich Marketing nicht zu eng ist und ob nicht eine Ausweitung auf den Bereich Dienstleistungsmanagement vorgenommen werden sollte. Vor diesem Hintergrund scheint es aber überlegenswert, ob der Studiengang nicht in einen Studiengang für Dienstleistungsmanagement umpositioniert werden sollte.

[Empfehlung 3]

Ansonsten stehen die Bildungsziele des Studiengangs mit dem anwendungsorientierten Profil der Hochschule im Einklang, und er fügt sich konsistent in das Lehr- und Forschungsprofil des Fachbereichs ein. Auch ist der Studiengang ganz eindeutig als konsekutiver Studiengang konzipiert.

Die Zugangsvoraussetzungen sind klar definiert und zielführend für den Studiengang. Es müsste allerdings noch präzisiert werden, welches die „noch zu definierenden Zulassungsvoraussetzungen“ sind, die von BewerberInnen verlangt werden, die von anderen deutschen oder internationalen Hochschulen kommen. Diese noch fehlenden studiengangsspezifischen Zulassungsvoraussetzungen für den Masterstudiengang „Service Marketing“ sind nachzureichen. **[Auflage 1]**

4.1.2. Qualität des Curriculums

Konzeption:

Der Studiengang umfasst 6 Module und die Masterarbeit. Das Modul 1 (Service Basics) beinhaltet grundlegende Lehrveranstaltungen zu den Themenbereichen „Dienstleistungsmanagement“ und den Zusammenhängen zwischen „Dienstleistungsgesellschaft und Dienstleistungsökonomie“.

Im Modul 2 (Service Marketing Concepts) geht es insbesondere um das Erkennen spezifischer strategischer und instrumenteller Umsetzungsmöglichkeiten des Marketings auf Dienstleistungsmärkten.

Modul 3 (Service Technologies) befasst sich mit der Rolle von Informations- und Kommunikationstechnologien im Dienstleistungsbereich.

In Modul 4 (Service Research) sollen die Studierenden die grundlegenden empirischen Methoden zur Analyse von Unternehmensinternen und –externen Rahmenbedingungen kennenlernen. Dabei stehen die wissenschaftlich bewährten Instrumente der empirischen Sozialforschung im Mittelpunkt.

Das Modul 5 (Service Management) soll studiengangspezifisches Basiswissen vermitteln. Im Modul 6 (Electives and Projects) sollen reale und aktuelle Fragestellungen des Dienstleistungsmarketing im Rahmen studentischer Beratungsprojekte und realistischen Bedingungen bearbeitet.

Das 3. Semester ist der Masterarbeit vorbehalten. Die Studierenden können den Studienverlauf jedoch auch individuell gestalten.

Bewertung:

Die Module und Lehrveranstaltungen des Studiengangs beinhalten wesentliche Aspekte des Dienstleistungsmarketings und -managements, sodass das Curriculum insgesamt als gelungen und ausgewogen anzusehen ist. Zudem wird deutlich, welche Maßnahmen ergriffen werden, mittels derer die gewünschten instrumentalen, systemischen und kommunikativen Kompetenzen, die erreicht werden sollen, gefördert werden sollen. Die Modularisierung ist durchgängig und entspricht dem ECTS.

Die einzelnen Module sind vollständig im Modulhandbuch dokumentiert, und die Lernergebnisse der einzelnen Module sind an den Gesamtzielen des Studiengangs orientiert. Ebenso sind die Modulprüfungen bezogen auf die jeweils angestrebten Kompetenzen als angemessen anzusehen und entsprechend wissens- und kompetenzorientiert ausgestaltet. Auch entsprechen die im Modulhandbuch dargestellten Lernergebnisse dem im Qualifikationsrahmen für Deutsche Hochschulabschlüsse skizzierten Profil für Masterabschlüsse.

Lediglich die Angaben zur Einrichtung des Praxis-Beirats sind noch sehr vage und müssten präzisiert werden. Der geplante Beirat wird seitens der Gutachter begrüßt und dessen Einrichtung empfohlen.

[Empfehlung 4]

4.2. M.A. Controlling, Finance and Accounting

4.2.1. Profil und Ziele

Konzeption:

Der konsekutive Masterstudiengang richtet sich an Absolventen wirtschaftswissenschaftlicher Studiengänge mit den Schwerpunkten Controlling, Finance und Accounting. Ziel des Studiengangs ist die Ausbildung hochqualifizierter Fach- und Führungskräfte im Bereich Rechnungs- und Finanzwesen, wobei die drei genannten wissenschaftlichen Disziplinen vernetzt werden sollen.

Die Absolventen sollen u.a. in der Lage sein, Einzel- und Konzernabschlüsse nach HGB und IFRS zu verstehen, zu erstellen und zu analysieren, Planungs- und Kontrollsysteme im Rahmen des internen Rechnungswesen zu etablieren, Unternehmenswerte zu bestimmen und zu beurteilen, die Funktionsweise der Finanzmärkte zu verstehen, Finanzderivate und strukturierte Produkte zu bewerten und zielgerecht einzusetzen, und Konzepte zur Integration von Informationstechnologien zu entwickeln.

Die beruflichen Perspektiven der Absolventen liegen aus Sicht der Antragsteller in Führungs- und Stabsabteilungen international tätiger Unternehmen, bei Unternehmensberatungen, Wirtschaftsprüfungs- und Steuerberatungsgesellschaften, Banken und Kapitalanlagegesellschaften.

Als mögliche Einsatzgebiete für die Absolventen werden das Konzernrechnungswesen, das Beteiligungscontrolling oder der Bereich „Mergers & Acquisitions“ genannt.

Der Studiengang ist international ausgerichtet – neben einem englischsprachigen Lehrangebot und internationalen Lehrinhalten besteht auch die Möglichkeit, im Rahmen eines Double-Degree Abkommens mit zwei französischen Hochschulen einen Doppelabschluss zu erwerben.

Der Studiengang ist zum Sommersemester 2001 angelaufen. Zulassungsvoraussetzung ist ein entsprechend ausgerichteter Hochschulabschluss mit einer Abschlussnote von mindestens „gut“, ein oder zwei Gutachten oder Empfehlungsschreiben, ggf. Nachweis einer berufspraktischen Tätigkeit sowie sehr gute Deutsch- und Englischkenntnisse. (Deutsch: DSH 2 oder TestDaf Niveau 4; Nachweis der Englischkenntnisse bspw. durch TOEFL). Mit allen Bewerbungen wird ein Auswahlgespräch durchgeführt, in dem Fachkenntnisse, Studienmotivation, Darstellungsfähigkeit und Sprachkenntnisse überprüft werden.

Die berufspraktische Tätigkeit für den Studiengang **Controlling, Finance and Accounting** soll mindestens 100 Tage umfassen und in den Bereichen Controlling, Finanzierung, Rechnungslegung, Steuern oder Wirtschaftsprüfung ausgeübt worden sein.

Ziele und Leitidee des Studiengangs haben sich nach Angaben der Antragsteller als realisierbar erwiesen. Die grundsätzliche Ausrichtung wurde beibehalten, zur Stärkung des Strukturprofils wurde jedoch eine Anpassung der Studiengangsbezeichnung vorgenommen. Der Studiengang hieß zuvor „International Finance and Accounting“.

Bewertung:

Der Masterstudiengang ist erkennbar konsekutiv konzipiert. Er baut inhaltlich auf den Bachelorstudiengang BW/Controlling, Finanz- und Rechnungswesen auf und führt ihn vertiefend fort. Die Zielsetzungen des Studiengangs sind transparent und mit dem Aufbau funktionsbezogener, -übergreifender und praktischer Kompetenz überzeugend unterlegt. Die Zielsetzungen sind abgestimmt auf die steigenden Ansprüche im Kontext der nationalen/internationalen Wirtschaftspraxis und leisten damit einen deutlichen Beitrag zur Berufsbefähigung der Studierenden. Die Ziele des Studiengangs passen in das bedarfsorientierte Profil des Fachbereichs bzw. der Hochschule und decken insbesondere den fachspezifischen Bedarf des ansässigen Mittelstands, aber auch national/international agierender Konzerne. Die Zugangsvoraussetzungen sind in einer Zulassungssatzung festgelegt. Besonderheiten werden studiengangsspezifisch geregelt und stehen in Einklang mit dem angestrebten Ausbildungsziel.

4.2.2. Qualität des Curriculums

Konzeption:

Der Studiengang beinhaltet einen Pflichtbereich im Umfang von 60 Credits, einen Wahlpflichtbereich im Umfang von 10 Credits und die Master-Thesis im Umfang von 20 Credits

Der Pflichtbereich umfasst die Module General Management, Information Management, Controlling, Finance sowie Accounting. Im Wahlpflichtbereich wählen die Studierenden zwei von vier Veranstaltungen, um einen persönlichen Schwerpunkt zu legen. Zur Wahl stehen die Themen „Strategisches Controlling“, „Unternehmens- und Finanzanalyse“, „Kapitalmarktfinanzierung“ sowie „Corporate und Financial Markets“. Im Rahmen des Wahlpflichtmoduls B könnten die Studierenden darüber hinaus ein oder zwei Veranstaltungen aus anderen Masterstudiengängen wählen, um ihre funktionsübergreifenden Kenntnisse zu vertiefen. Das letzte Semester ist für die Anfertigung der Masterarbeit vorgesehen.

Seit der Erst-Akkreditierung wurden folgende Veränderungen am Curriculum vorgenommen:

- Das Modul Controlling im Pflichtbereich wurde gestärkt.
- Inhalt und Niveau der Veranstaltungen
- im Modul Accounting und Controlling wurden auf die Anforderungen des Masterstudiums ausgerichtet.
- Für den Bereich Information Management wurde ein eigenes Modul eingerichtet, zudem wurde eine weitere Veranstaltung „Business Applications“ aufgenommen.
- Das Modul „Prüfungswesen und Steuerrecht“ ist nicht mehr verpflichtend, für die Studierenden besteht jedoch die Möglichkeit zur Belegung von Lehrveranstaltungen im Bereich Prüfungswesen und Steuerrecht im Rahmen des Wahlpflichtbereichs.

Der Studienverlauf wurde seit der Erstakkreditierung nicht modifiziert.

Bewertung:

Die seit der Erstakkreditierung vorgenommenen Änderungen am Curriculum des Studiengangs setzen die Empfehlungen bzw. Auflagen der Erstakkreditierung um. Die Aufwertung der Module Controlling und Finance unterstreichen das Profil des Studiengangs. Die stärkere Einbindung von Makroaspekten (International Financial Markets), die Behandlung wertorientierter Konzeptionen in Verbindung mit der Aufnahme der Kapitalmarkt- und Portfoliotheorie sowie die inhaltliche Erweiterung des Information Management berücksichtigen aktuelle Tendenzen in der nationalen/internationalen Berufspraxis. Das Curriculum ist inhaltlich stimmig und didaktisch sinnvoll aufgebaut. Es umfasst die Vermittlung von fachspezifischem und fachübergreifendem Wissen und unterstützt den Aufbau methodischer, systematischer und kommunikativer Kompetenzen.

Grundsätzlich ist das Curriculum konsistent entwickelt, sorgfältig dokumentiert und zielführend im Hinblick auf die definierten Bildungsziele. Hinsichtlich der Abgrenzung zum Bachelorstudiengang wird empfohlen, den Aufsattpunkt des Masterstudiengangs deutlicher hervorzuheben, indem die Vertiefungsaspekte in den einzelnen Modulen bzw. Modulbeschreibungen deutlich gemacht werden (der Erwerb grundlegender Kenntnisse als definiertes Lernziel einzelner - nicht spezifischer - Module ist in der Außendarstellung irritierend). **[Empfehlung 5]**

Der Studiengang ist modularisiert und entspricht dem ECTS. Die Module sind im Modulhandbuch vollständig dokumentiert, wobei sich die Lernergebnisse der einzelnen Module an den Gesamtzielen des Studiengangs orientieren. Die teilweise sehr großen Module sind allerdings hinderlich in Bezug auf die Mobilität der Studierenden und die Anrechnung von Leistungen. **[Vgl. Auflage 2]**

4.3. M.A. Creative Communiation and Brand Management

4.3.1. Profil und Ziele

Konzeption:

Der Masterstudiengang umfasst eine interdisziplinäre Kombination von Inhalten aus den Bereichen Betriebswirtschaftslehre mit den Schwerpunkten auf Brand-Management und Marketing-Kommunikation sowie auf kreativgestalterische Management-Bereiche. Er richtet sich an Bewerber aus den Bereichen Design und BWL.

Die Absolventen sollen in der Lage sein, komplexe management- und designorientierte Kommunikations- und Markenaufgaben aus betriebswirtschaftlicher Sicht zu analysieren sowie integrierte Problemlösungen zu konzipieren, zu koordinieren und zu implementieren. Sie sollen zudem in der Lage sein, Dialoge und Beziehungen mit allen relevanten Zielgruppen einer Organisation aufzubauen und Kommunikations- und Markeninstrumente integriert einzusetzen. Der Studiengang soll somit insbesondere Führungskräfte für kaufmännische und kreative Aufgaben in den Bereichen Design- Agentur- und Brandmanagement qualifizieren.

Eine Internationalisierung des Studiengangs wird u.a. durch Internationalisierung der Projektarbeit angestrebt.

Der Studiengang ist zum Sommersemester 2001 angelaufen. Zulassungsvoraussetzung ist ein entsprechend ausgerichteteter Hochschulabschluss mit einer Abschlussnote von mindestens „gut“, ein oder zwei Gutachten oder Empfehlungsschreiben, ggf. Nachweis einer berufspraktischen Tätigkeit sowie sehr gute Deutsch- und Englischkenntnisse. (Deutsch: DSH 2 oder TestDaf Niveau 4; Nachweis der Englischkenntnisse bspw. durch TOEFL). Mit allen Bewerben wird ein Auswahlgespräch durchgeführt, in dem Fachkenntnisse, Studienmotivation, Darstellungsfähigkeit und Sprachkenntnisse überprüft werden. Es ist keine vorherige berufspraktische Tätigkeit erforderlich.

Ziele und Leitidee des Studiengangs haben sich nach Angaben der Antragsteller als realisierbar und auch als erfolgreich erwiesen. Der Studiengang hieß zuvor „Communication Management“. Mit der Reakkreditierung des Studiengangs soll die Bezeichnung angepasst werden, um die Interdisziplinarität stärker zum Ausdruck zu bringen.

Bewertung:

Aufgrund der Ergebnisse der Absolventenbefragungen und der Verbleibstudien lässt sich erkennen, dass die Ziele und Leitideen der Studiengänge im Wesentlichen erreicht worden sind. An der grundsätzlichen Ausrichtung der Studiengänge ist deshalb nichts verändert worden. Mit der Änderung

der Bezeichnung des Studiengangs wird die Interdisziplinarität der Studieninhalte herausgestellt und die zuvor existierenden Missverständnisse in der Namensgebung wurden ausgeräumt.

Die bei den Studiengängen vorgenommenen Änderungen der Curricula entsprechen den Empfehlungen und Auflagen aus der Erstakkreditierung. Dies gilt auch für die gewünschte zunehmende internationale Ausrichtung des Studiengangs. Hier sind bislang zwei internationale Projekte (Thailand, Singapur) durchgeführt und eine stärkere internationale Ausrichtung der Lehrinhalte vorgenommen worden. Der Studiengang ist erkennbar als konsekutiver Studiengang konzipiert und auch seine Anwendungsorientierung ist klar erkennbar und nachvollziehbar begründet.

Die Ergebnisse der von der Hochschule durchgeführten Verbleibstudien zeigen eindrucksvoll, dass der größte Teil der Absolventinnen und Absolventen eine Anstellung in den vom jeweiligen Studiengang adressierten Berufsfeldern gefunden hat. Die gewünschte Berufsfeldorientierung der einzelnen Studiengänge scheint damit offensichtlich gelungen.

Die Hochschule hat die Auflagen und Empfehlungen zur Qualitätssicherung aus der Erstakkreditierung umgesetzt. Das existierende Qualitätssicherungskonzept erscheint sinnvoll und für die Erreichung der betreffenden Ziele geeignet zu sein. Allerdings könnte die Zahl der Lehrveranstaltungsevaluationen noch erhöht werden.

In Bezug auf die Ressourcenausstattung wurden personelle Optimierungen vorgenommen. Die personellen, sächlichen und räumlichen Ressourcen erscheinen damit ausreichend zu sein.

4.3.2. Qualität des Curriculums

Konzeption:

Der Studienverlauf folgt einem „Y-Modell“:

Das erste Semester dient dem „Aufholen betriebswirtschaftlicher oder kreativer bzw., designorientierte Lehrinhalte in Abhängigkeit von der Art des ersten Hochschulabschlusses. Damit sollen Absolventen mit unterschiedlichen Grundkenntnissen auf einen vergleichbaren Kenntnisstand gebracht werden. Alle Studierenden belegen jedoch bereits im ersten Semester mindestens drei Wahlpflichtfächer im Umfang von 8 Credits gemeinsam.

Im zweiten Semester durchlaufen die Studierenden die beiden Module „Methoden und Management“ sowie Modul „Forschung und Instrumente“. Im dritten Studiensemester bearbeiten ein fachübergreifendes, interdisziplinäres Projekt sowie die Master-These.

Die Lehrveranstaltungen werden entweder auf Deutsch oder auf Englisch gehalten.

Der Studienverlauf wurde seit der Erstakkreditierung nicht modifiziert.

Bewertung:

Das Curriculum ist insgesamt als gelungen zu bezeichnen. Durch die Realisierung des „Y-Modells“ wird eine interessante und für das Fach förderliche Zusammensetzung der Gruppe der Studierenden erreicht. Die Maßnahmen, mittels derer die gewünschten instrumentalen, systemischen und kommunikativen Kompetenzen erreicht werden sollen, scheinen sich bewährt zu haben.

Allerdings ist die Schneidung der Module sehr uneinheitlich. Sie muss dringend überarbeitet werden. Dabei sollte eine Aufteilung in Module mit mehr oder weniger ähnlichem Umfang – zwischen 6 und 8 Credits – angestrebt werden. **[Vgl. Auflage 2]**

Ansonsten sind die einzelnen Module vollständig im Modulhandbuch dokumentiert, und die Lernergebnisse der einzelnen Module sind an den Gesamtzielen des Studiengangs orientiert. Ebenso sind die Modulprüfungen bezogen auf die jeweils angestrebten Kompetenzen als angemessen anzusehen und entsprechend wissens- und kompetenzorientiert ausgestaltet. Auch entsprechen die im Modulhandbuch dargestellten Lernergebnisse dem im Qualifikationsrahmen für Deutsche Hochschulabschlüsse skizzierten Profil für Masterabschlüsse.

Das Betreuungs-, Beratungs- und Informationsangebot ist umfangreich und stellt eine gute Grundlage zur Sicherstellung der Studierbarkeit der Studiengänge dar. Dies wird auch durch die vorgelegten Ergebnisse in Bezug auf Prüfungsergebnisse, Studiendauer und Abbrecherquote bestätigt. Gleichwohl ist auch hier zu sehen, dass die durchschnittliche Studiendauer typischerweise mehr als drei Semester beträgt. Dies ist im wiederum der Tatsache geschuldet, dass Studierende, die bei ihrer Zulassung nur Studienleistungen im Umfang von 180 Credits erbracht hatten, zusätzliche Veranstaltungen in einem Bachelorstudiengang belegen müssen.

4.4. MBA Human Resources Management & Consulting

4.4.1. Profil und Ziele

Konzeption:

Der Masterstudiengang „Human Resources Management & Consulting“ beinhaltet ein fachspezifisches MBA-Studium und ist auf strategische Dimensionen des Human Resources Management fokussiert. Als Beispiele für diese Ausrichtung nennen die Antragsteller unternehmerisches HRM, strategische Personalentwicklung, internationale Personalpolitik und Unternehmensentwicklung. Darüber hinaus beinhaltet der Studiengang zentrale Felder der Beratungsarbeit, zum Beispiel Organisationsentwicklung, internationales Consulting sowie Prozesse und Vorgehensweisen im Consulting.

Auch die Entwicklung der methodischen und sozialen Kompetenz in der Beratungsarbeit (Präsentation, Moderation, Projektmanagement, Teamarbeit) stellt ein zentrales Studienziel dar. Das Präsenzstudium ist an den Tagen Donnerstag bis Samstag konzentriert, um eine parallele berufliche Tätigkeit in Teilzeit zu ermöglichen.

Der Studiengang ist international ausgerichtet – neben einem englischsprachigen Lehrangebot und internationalen Lehrinhalten gibt es diverse internationale Projekte sowie eine internationale Zusammensetzung von Studierenden und Lehrenden.

Der Studiengang ist zum Sommersemester 2003 angelaufen. Zulassungsvoraussetzung ist ein entsprechend ausgerichtetem Hochschulabschluss mit einer Abschlussnote von mindestens „gut“, ein oder zwei Gutachten oder Empfehlungsschreiben, ggf. Nachweis einer berufspraktischen Tätigkeit sowie sehr gute Deutsch- und Englischkenntnisse. (Deutsch: DSH 2 oder TestDaf Niveau 4; Nachweis der Englischkenntnisse bspw. durch TOEFL). Mit allen Bewerbungen wird ein Auswahlgespräch durchgeführt, in dem Fachkenntnisse, Studienmotivation, Darstellungsfähigkeit und Sprachkenntnisse überprüft werden.

Für den MBA-Studiengang **Human Resources Management & Consulting** ist bei einem ersten Hochschulabschluss in Wirtschaftswissenschaften ein Jahr Berufserfahrung oder ein Hochschulabschluss in einem anderen Fach zuzüglich einer mindestens zweijährigen einschlägigen Berufspraxis im Tätigkeitsfeld des Personalmanagements, des internen oder externen Consulting oder einer verwandten Tätigkeit nachzuweisen. Das Programm beginnt einmal jährlich zum Wintersemester.

Ziele und Leitidee des Studiengangs haben sich nach Angaben der Antragsteller als realisierbar erwiesen.

Der MBA-Studiengang wird aus Studiengebühren finanziert. Die Studiengebühren betragen 6.400 € für das gesamte Studium.

Bewertung:

Nach Aussagen der Studiengangsverantwortlichen ist auf der Grundlage einer ministeriellen Empfehlung und von Belangen der Berufspraxis der Studiengang im Gegensatz zu anderen Masterstudiengängen des Fachbereiches als MBA konzipiert worden. Das ist nachvollziehbar und in der Zielsetzung deutlich formuliert worden. Die Zusammenführung der Themenbereiche Human Resource Management und Consulting zu einem Studiengang ist nicht zuletzt nach Rückmeldung der Praxis (Bedarf an Business Partnern in Unternehmen, neue Rolle der Personalverantwortlichen als Coach) durch die Studiengangsverantwortlichen vorgenommen worden. Auch diese Argumentation ist überzeugend und spiegelt sich im Konzept des Studiengangs inhaltlich wider, so dass die Anwendungsorientierung des Studienganges und die Employability der Absolvierenden und deren Befähigung zur Übernahme zivilgesellschaftlicher Verantwortung als hinreichend gesichert erscheint.

Das zweistufige Auswahlverfahren ist über alle Masterstudiengänge gleich und in einer Ordnung geregelt.

Der MBA-Studiengang erfordert einen Mindestumfang von einschlägiger beruflicher Erfahrung, der durch die Studierenden nachzuweisen ist und beträgt zwei Jahre bzw. ein Jahr, sofern ein wirtschaftswissenschaftliches Studium nachgewiesen werden kann. Nach den European MBA Guidelines werden allerdings immer zwei Jahre Berufserfahrung vorausgesetzt. Es wird seitens der Gutachter dringend empfohlen, der europäischen Vorgabe zu folgen, nicht zuletzt, weil die Berufserfahrung der Studierenden ein wesentliches Element im didaktischen Aufbau des MBA-Studienganges darstellt. Entsprechend den European MBA Guidelines sind für den Studiengang

„Human Resources Management“ mindestens zwei Jahre Berufserfahrung als Zulassungsvoraussetzung festzulegen. Im Hinblick auf die nächste Reakkreditierung des Studiengangs empfiehlt die Akkreditierungskommission eine stärkere Anlehnung an die European MBA Guidelines. Vor diesem Hintergrund sollte der Anteil an General-Management-Elementen in dem Studiengang erhöht werden. **[Auflage 3]**

Der Studiengang ist als Vollzeitstudiengang ausgewiesen. Jedoch bereits die Organisationsstruktur lässt erkennen, dass es sich faktisch um einen Teilzeitstudiengang handelt. So werden die Lehrveranstaltungen auf Donnerstag bis Samstag konzentriert, um die Wochentage zuvor (Mo-Mi) für die berufliche Tätigkeit der Studierenden frei zu halten. Auch in den Gesprächen mit Studierenden des Studienganges wurde stets vom ihrem "berufsbegleitenden Studium" gesprochen, das sie neben z.T. Vollzeitberufstätigkeit (!) absolvieren. Die Konzentration der Lehrveranstaltungen auf drei Tage pro Woche über einen Zeitraum von drei Semestern, der sogar auf 15 Monate gekürzt werden kann, ist nicht im Sinne eines qualitativ hochstehenden postgradualen Studienangebotes.

Die Gutachter bezweifeln, dass unter diesen Bedingungen ein Workload von 90 Credits für berufsbegleitend Studierende leistbar ist.

Im Zuge der Transparenz muss der Studiengang in der Außendarstellung eindeutig dem Vollzeit- oder dem berufsbegleitenden Bereich zugeordnet oder in zwei Varianten angeboten werden. **[Auflage 4]**

Die Gutachter empfehlen, bei der berufsbegleitenden Variante, Kompetenzen, die im beruflichen Bereich erworben werden, in den Studiengang einzubinden und mit Credits zu belegen. In diesem Zusammenhang könnten z.B. berufliche Leistungen als solche kreditiert werden oder Module in Kooperation der Hochschule mit den entsprechenden Unternehmen durchgeführt werden (Projektarbeiten, Fallstudien etc.).

Eine Möglichkeit besteht aus Sicht der Gutachter darin, geeignete in der beruflichen Praxis erworbene Kompetenzen als Module in das postgraduale Studium einzubinden.

4.4.2. Qualität des Curriculums

Konzeption:

Das Studium umfasst die Module „Strategisches Human Resources Management“, „Internationales Human Resources Management“, „Consulting: Prozesse und Tools“, „General Management Qualifikationen für Human Resources Manager“, „Trainings zur Methoden- und Sozialkompetenz“ und „Praxisprojekte“. Für die Module existiert eine zwingende Zuordnung auf die jeweiligen Semester.

Das dritte Studiensemester dient vornehmlich der Erstellung der Master Thesis; es umfasst 8 Credits für Präsenzveranstaltungen und 20 Credits für die Master Thesis.

Der Studienverlauf wurde seit der Erstakkreditierung nicht modifiziert. Inhaltlich erfolgten im Zuge der Weiterentwicklung der Lehrveranstaltungen verschiedene Anpassungen:

Bewertung:

Der Studiengang ist inhaltlich stimmig aufgebaut. Die Modulinhalte sind geeignet die erforderlichen Kompetenzen zu erwerben und auf das berufliche Einsatzfeld und gesellschaftliche Aufgaben hinreichend vorzubereiten. Die Qualität des Curriculums entspricht den Anforderungen für Masterstudiengänge.

Das Studium umfasst sechs Module, die mit unterschiedlich hoher Creditzahl ausgestattet sind. Es erscheint auf Grund der Größe und der unterschiedlichen Wertigkeit nicht möglich, dass das grundsätzliche Ziel der Austauschbarkeit und gegenseitigen Anerkennung von Modulen erreicht werden kann. Deshalb wird die Auflage ausgesprochen, die bisherigen sechs Module in eine Reihe kleinerer Module aufzuteilen und darauf zu achten, dass die Vergabe von Credits ausgewogen erfolgt.

[Vgl. Auflage 2]

5. Studierbarkeit

Konzeption:

Zu Studienbeginn finden verschiedene Einführungsveranstaltungen für die Erstsemester statt. Neben der allgemeinen Studienberatung und der studiengangsspezifischen Beratung führen alle Professor/inn/en einmal wöchentlich ein wissenschaftliches Kolloquium zu fachspezifischen Fragen durch.

Im Rahmen des SIK-Programms werden die Studierenden in einem Mentoring-Konzept von Tutoren und Professoren in Kleingruppen persönlich betreut. Außerdem erfolgt eine intensive Praktikantenbetreuung. In einigen Fächern werden auch unterstützende Tutorien angeboten.

Die Studiengänge werden von Studiendekanen geleitet, die von den dezentralen Studienkommissionen unterstützt werden. Die inhaltliche und organisatorische Abstimmung des Lehrangebots erfolgt in einer zentralen Studienkommission, die drei bis viermal im Semester tagt, darüber hinaus gibt es mindestens zweimal pro Semester Teamleitersitzungen. Zur Planung der Lehrkapazitäten erstellt der Dekan in jedem Semester eine Verflechtungsmatrix.

Die Lehrveranstaltungen werden i.d.R. alle in jedem Semester angeboten. Im Anschluss daran kann die Prüfungsleistung erbracht werden. Jede nicht bestandene Prüfung kann einmal wiederholt werden. Darüber hinaus werden in jedem Studienabschnitt zwei Drittversuche in einem vereinfachten Verfahren gewährt.

Die Organisation der Prüfungen erfolgt durch das Prüfungsamt in Abstimmung mit den Studiendekanen und Fachgebietsleitern. Die Prüfungsanmeldung erfolgt online. Die Prüfungen finden jeweils am Ende des Semesters statt. Wiederholungsprüfungen werden zum Teil auch zu Beginn des Folgesemesters angeboten. Für die Prüfungsleistungen des ersten Studienabschnitts ist die Teilnahme an der Prüfung zu dem im Studien- und Prüfungsplan festgelegten Zeitpunkt verpflichtend.

In der Studien- und Prüfungsordnung ist ein Frühwarnsystem vorgesehen, das einen obligatorischen Hinweis bei Unterschreitung bestimmter Creditwerte, sowie eine obligatorische und eine verbindliche Studienfachberatung vorsieht.

Durch regelmäßige Studierendenbefragungen soll sichergestellt werden, dass die für die einzelnen Module getroffene Workload-Einschätzung realistisch ist.

Bewertung:

Die Studienorganisation sieht eine Vielzahl von unterstützenden Maßnahmen vor. Diese reichen von der Betreuung durch Studierende aus höheren Semestern, über die „offene Tür“-Philosophie der Professoren bis hin zu dem Mentoring-Konzept. Diese durch das SIK-Programm gestützte institutionalisierte fachliche und überfachliche Betreuung ist als besonders positiv hervorzuheben.

Eine Pluralität von Prüfungsformen ist gewährleistet. Die Prüfungsdichte ist angemessen. Auf Nachfrage ist es auch möglich den Prüfungszeitraum zu verlängern. Die Prüfungsorganisation erscheint den Gutachtern ebenfalls angemessen.

Die teilweise sehr großen Module in den Masterstudiengängen (außer Service Marketing) (12 bis 22 Credits) sind hinderlich in Bezug auf die Mobilität der Studierenden und die Anrechnung von Leistungen. Die Module sind entsprechend zu verkleinern um eine prinzipielle Anrechenbarkeit zu erleichtern. **[Vgl. Auflage 2]**

Die Anforderungen hinsichtlich der Studiengänge, deren Studienverlauf und der Prüfungen werden online zur Verfügung gestellt. Auf Nachfrage haben die im Rahmen der Begehung befragten Studierenden ein einstimmig positives Bild ab. So erscheint die Ausstattung mit Informationen zu prüfungsrelevanten Themen als gegeben.

Das Studium scheint in der Regelstudienzeit studierbar zu sein. Nach Aussage der Studierenden ist der Workload der bereits bestehenden Studiengänge jedoch hoch und nur unter großen Anstrengungen zu schaffen. Die vorgesehenen Praxisanteile werden betreut.

6. Arbeitsmarktorientierung

Konzeption:

Aus Sicht der Antragsteller ist die Integration des Praxissemesters in die Bachelorstudiengänge von wesentlicher Bedeutung für die praxisorientierte Ausbildung. Dabei erfolgt eine intensive Betreuung in Kleingruppen von 6-8 Teilnehmern, so dass nach Angaben der Fakultät das Ziel erreicht wird, das Praxissemester in das Studium systematisch zu integrieren und die Praktika zielgerichtet ablaufen, begleiten und evaluieren zu lassen und so auch die Verzahnung von Theorie und Praxislernen zu erreichen.

Zu Förderung von Schlüsselqualifikationen existiert an der Hochschule ein fächerübergreifendes Programm zur Förderung der Sozial-, Methoden-, und Interkulturellen Kompetenz (SIK) der Studierenden, dessen Elemente sich durch das gesamte Studium ziehen. Der erste Teil „Sozial- und Methodenkompetenz“ findet im ersten und zweiten Semester statt und beinhaltet die Komponenten „Training Kommunikation und Teamarbeit“, „Unternehmensplanspiel“ und „Präsentationstraining“. Im dritten Semester findet die Veranstaltung „Interkulturelle Kompetenz“ statt, mit dem Ziel, die Studierenden in die Lage zu versetzen, mit Kommunikationssituationen in unterschiedlichen kulturellen Kontexten umgehen zu können, den eigenen kulturellen Hintergrund zu erkennen und zu reflektieren, cultural awareness zu erwerben und in englischer Sprache zu kommunizieren. Dabei werden auch die ausländischen Studierenden einbezogen.

Außerdem bietet die Fakultät seit Beginn des Wintersemesters 2007/2008 das so genannte International Study Programme (ISP) an. Die Studierenden können im Rahmen des Bachelor-Curriculum aus einem erweiterten englischsprachigen Angebot Fachveranstaltungen im Umfang von 30 Credits belegen und so ein Zertifikat zusätzlich zum Bachelor-Zeugnis erlangen. Der Zusatzaufwand beschränkt sich damit auf die Bereitschaft, Lehrveranstaltungen in Englisch zu besuchen und in dieser Sprache auch geprüft zu werden.

Die einzelnen Studiengänge sollen für unterschiedliche Berufsfelder qualifizieren:

Der Studiengang **BW/Controlling, Finanz- und Rechnungswesen** zielt auf eine Tätigkeit im Bereich der finanzorientierten Unternehmenssteuerung. Nach den bisherigen Erfahrungen der Hochschule arbeiten 50% der Absolventen in Controllingabteilungen von Unternehmen und anderen Organisationen, 25 % in der Wirtschaftsprüfung und Unternehmensberatung und weitere 25 % in anderen finanzbezogenen Aufgabenbereichen (z.B. im Finanzmanagement von Unternehmen oder in der Firmenkundenbetreuung von Kreditinstituten).

Potentielle Tätigkeitsbereiche für die Absolventen des Studiengangs **BW/Personalmanagement** werden unter anderem in Personalabteilungen von gewinnorientierten und gemeinnützigen Unternehmen, in Arbeitsämtern, Personalberatungen, sowie in Zeitarbeitsunternehmen gesehen. Dabei können die Absolventen als Personalreferenten, Personalentwicklungsreferenten, Trainer oder Personalberater sowie perspektivisch auch als Personalentwicklungsleiter oder Personalleiter tätig sein.

Der Masterstudiengang **Service Marketing** soll für Unternehmen qualifizieren, deren Hauptaufgabe deren Hauptaufgabe in der Entwicklung und Bereitstellung von Dienstleistungen am Markt besteht (z.B. Finanzdienstleistungsbereich), als auch in produzierenden Branchen, in denen Dienstleistungen zunehmend begleitend zur Hauptleistung angeboten und vermarktet werden (z.B. Beratungsleistungen von Hard- oder Softwarewarenanbietern). Für den Studiengang wird die Installation eines beratenden Beirats angestrebt.

Die Verbleibstudie zeigt, dass die Mehrzahl der Absolventen/innen des Studiengangs **Controlling, Finance and Accounting** in den vom Studiengang angestrebten und definierten Berufsfeldern wie im Controlling, Finanz- und Rechnungswesen internationaler Unternehmen oder in der Wirtschaftsprüfung arbeitet. Somit hat sich die Berufsfeldorientierung des Studiengangs nach Angaben der Antragsteller als realisierbar erwiesen.

Die Ergebnisse der Verbleibstudie zeigen, dass fast alle Absolventen/innen des Studiengangs **Creative Communication and Brand Management** in den vom Studiengang angestrebten Berufsfeldern wie im Brand- oder Marketing Management und Projekt Management internationaler Unternehmen, sowie in Agenturen als Markenberater oder Strategic Planer eine entsprechende Stelle gefunden haben. Viele davon sind als Führungskräfte in leitenden Management Positionen. Die im MCM Studium erworbenen Kompetenzen konnten demnach laut Antrag umgesetzt werden.

Die Verbleibstudie zeigt, dass die Absolventen/innen des Studiengangs **Human Resources Management & Consulting** überwiegend als selbständige Berater, Trainer, Consultant oder Inhouse-Consultant sowie im Controlling, Vertrieb, Produkt- und Projektmanagement tätig sind. Nach der Modifizierung des ursprünglichen Studiengangs im MBA-HRM&C sind die sie schwerpunktmäßig auf den Personalbereich konzentriert. 5 Absolventen sind als Trainer und Consultant tätig. Die Verbleibstudie belegt nach Angaben der Antragsteller, dass nahezu alle Absolventen/innen in den vom Studiengang angestrebten und definierten Berufsfeldern tätig sind.

Bewertung:

Alle Studiengänge sind, der Tradition und den Erfahrungen der Hochschule folgend, primär auf Umsetzung des Gelernten in der beruflichen Praxis ausgerichtet. Daneben erlaubt die Systematik der Studiengänge den Studierenden, wissenschaftliches Arbeiten zu lernen. Dass dieses erfolgreich geschieht, zeigt die u.a. die Tatsache, dass Absolventen von Masterstudiengängen an renommierten Universitäten (z.B. Mannheim) promovieren können. Schwerpunkt der Vermittlung von Grundsätzen wissenschaftlichen Arbeitens sind in den Bachelorstudiengängen die Seminar-Veranstaltungen des vierten Semesters. Ihre Anwendung wird von den Lehrenden der Hochschule vorausgesetzt.

Die Studierenden werden in allen Studiengängen durch entsprechende Veranstaltungen und Maßnahmen auf die Berufspraxis vorbereitet. Das reicht von der Vermittlung sozialer und methodischer Kompetenzen bereits in den ersten zwei Semestern bis zur Erlangung interkultureller Kompetenzen in verpflichtenden Auslandsaufenthalten. Unternehmensplanspiele, begleitete Praxissemester, Förderung von Teamarbeit u.a. runden das Bild positiv ab. Unternehmensprojekte werden in enger Abstimmung mit Unternehmensvertretern durchgeführt.

Die Hochschule Pforzheim zeichnet sich durch eine sehr gute Zusammenarbeit mit Unternehmen und anderen Organisationen aus. Die hierbei gewonnenen Erfahrungen spiegeln sich auch in den vorliegenden Studiengängen wider. Beispielhaft sei die Kombination von strategischer Personalarbeit und Consulting in dem MBA-Programm HRM&C angeführt. Hier werden deutlich die Veränderungen der Aufgaben der Personaler in Unternehmen aufgegriffen, die bereits jetzt, aber noch stärker in Zukunft Beratungsfähigkeiten verlangen. Ein anderes Beispiel ist der M.A. MCM. Es besteht bei den Markenartikelunternehmen und Agenturen auch weiterhin ein großer Bedarf an Managern, die sowohl kaufmännische als auch kreative Aufgaben bewältigen können. Übergreifend ist langfristig davon auszugehen, dass interkulturelle Fähigkeiten und sehr gute Fremdsprachkenntnisse – zumindest der englischen Sprache – für eine erfolgreiche Berufslaufbahn ein „Muss“ sind. Die Hochschule Pforzheim nimmt das sehr ernst, indem sie entsprechende Angebote macht: Von Eingangs-Sprachtests über Sprachunterricht und interkulturelle Veranstaltungen bis hin zu Auslandsmodulen in den meisten Studiengängen.

7. Qualitätssicherung

Konzeption:

Die Hochschule verfügt über eine Evaluationsordnung. Dabei wird zwischen der studiengangsbezogenen Selbst- bzw. Fremdevaluation und der auf die einzelnen Lehrveranstaltungen bezogenen Evaluation unterschieden. Die Fremdevaluation erfolgt seit 2002 durch den baden-württembergische Evaluationsagentur evalag. Nach Angaben der Hochschule soll sich die Eigenevaluation in sinnvoller zeitlicher Abstimmung auch zu den jeweiligen Akkreditierungsverfahren daran anschließen. Nach drei Jahren Einführungsphase soll ein Fazit zur Wirksamkeit der Maßnahmen gezogen werden.

Insbesondere für den Masterbereich sind bereits regelmäßige Evaluationsworkshops vorgesehen, mit dem Ziel, Konsequenzen aus der stud. Beteiligung im Rahmen der Selbst- und Fremdevaluation zu ziehen. Die Fakultät veranstaltet auch jährlich eine zweitägige Klausurtagung, wobei Fragen der Qualitätssicherung diskutiert und neue Lehrkonzepte erarbeitet werden.

Die vorgesehenen Evaluierungen finden für die zur Reakkreditierung vorliegenden Masterstudiengänge seit 2003 regelmäßig statt. Die Ergebnisse haben bereits zu Anpassungen innerhalb der Studiengänge geführt: Für den MBA-Studiengang wird im WS 08/09 erstmals eine Absolventenbefragung durchgeführt, für den Studiengang Controlling, Finance and Accounting wurde zum WS 06/07 ein Mentorensystem eingeführt. Seit Frühjahr 2006 existiert ein Netzwerk für Studierende und Alumni.

Die Auflagen aus den Evaluations- und Akkreditierungsverfahren, die diese Studiengänge bereits durchlaufen haben wurden umgesetzt.

Zu Verbesserung der Qualität der Lehre stehen das Seminarangebot der Geschäftsstelle für Hochschuldidaktik, Karlsruhe sowie am Winter 2007 auch regelmäßige Workshops auf Fakultätsebene zur Verfügung. Die Hochschule verfügt auch über einen eigenen Didaktikbeauftragten.

Seit 1998 existiert das Pforzheimer Absolventenpanel als weiteres Instrument der Evaluation und Qualitätssicherung. In diesem Zusammenhang werden anonyme Absolventenbefragungen durchgeführt, bei der ein Rücklauf von über 60% erreicht wird. Derzeit liegen Ergebnisse auf Basis von ca. 2.550 Antworten vor.

Bewertung:

Durch die Dokumentation und Gespräche mit der Hochschulleitung, den Verantwortlichen im Fachbereich und für die Studiengänge sowie mit Studierenden wurde das Bestreben nach qualitätsorientierter Entwicklung und Durchführung der Studiengänge und Lehrveranstaltungen sehr deutlich. Es gibt eine Vielzahl von Instrumenten und Verfahren, die entwickelt worden sind, um Qualitäten zu erfassen und zu bewerten. Indes erscheint das Ziel eines wirkungsvollen und nachhaltigen Qualitätsmanagement noch nicht gänzlich erreicht. Es fehlen noch bestimmte Querbezüge zwischen den verschiedenen Instrumenten und Verfahren sowie eine zügige Beseitigung erfasster Defizite. Durch die Unterstützung der Hochschulleitung und der Fachbereichsverantwortlichen sollte es den Studiengängen gelingen, die vorhandenen Instrumente und Verfahren zu Qualitätssicherung besser zu verzahnen, qualitätssteigernde Maßnahmen rasch zu ergreifen und Ergebnisse zeitnah an Studierende und Lehrende zu kommunizieren.

Bei der Weiterentwicklung der zur Reakkreditierung vorgelegten Studiengänge wurden auch Evaluationsergebnisse, Untersuchungen zur studentischen Arbeitsbelastung, zum Studienerfolg und Absolventenverbleib berücksichtigt.

8. Personelle und sächliche Ressourcen

Konzeption:

Die Fakultät ist in Fachgebieten und Studiengängen organisiert. Insgesamt verfügt sie über 85 Professuren. Zum Zeitpunkt der Antragstellung waren 82 Stellen besetzt, davon 15 mit Frauen.

Der Anteil der Veranstaltungen, die von hauptamtlichen Lehrenden erbracht werden, liegt im Studiengang **BW/Controlling, Finanz- und Rechnungswesen** bei 85%, im Studiengang **BW/Personalmanagement** bei 95%. In speziellen Themenbereichen werden auch Lehrbeauftragte eingesetzt.

Im Masterstudiengang **Service Marketing** werden 28-30 von 42 SWS von hauptamtlichen Lehrenden erbracht. Für mindestens 8 SWS sollen Lehrbeauftragte eingesetzt werden.

Im Studiengang **Controlling, Finance and Accounting** sind gegenüber der Erstakkreditierung 4 Professor/inn/en neu beteiligt. Im Studiengang **Creative Communication and Brand Management** wurden 2 Dozenten ausgetauscht. Für diese beiden wurde seit dem Sommersemester 2007 jeweils eine Viertel-Assistentenstelle geschaffen.

Im Studiengang **Human Resources Management & Consulting** gab es keine Veränderungen im Personalbestand.

Den Studierenden des Studiengangs „**BW/Controlling, Finanz- und Rechnungswesen**“ steht gemeinsam mit den Studierenden des ebenfalls an der Fakultät angebotenen Studiengangs **BW/Steuer- und Revisionswesen** ein PC-Raum mit insgesamt acht Arbeitsplätzen zur Verfügung. Dort stehen unter anderem auch verschiedene Datenbanken (z. B. NBW, Der Betrieb, Betriebsberater).

Für den Studiengang „**BW/Personalmanagement**“ steht ein spezieller Trainingsraum mit entsprechender Medienausstattung (Flipcharts/ Pinwandausstattung für Metaplanarbeit, OH-Projektor, Laptops, Beamer, Whiteboards, Leinwände, Videokamera, TV-Gerät für Videofeedback) z.B. für verhaltensorientierte Trainings (Übungs-Präsentationen, Moderations- und Gesprächssimulationen, Rollenspielen, etc.) zur Verfügung.

Für die marketing- und absatzorientierten Studiengänge der Fakultät, wozu auch der Masterstudiengang „**Service Marketing**“ gehört, stehen ein Mac-Pool/Studio Computergestützte

Medienerstellung, ein Videolabor und Aufnahmestudio sowie ein Projektgruppenraum und ein Marketinglabor mit jeweils zehn Computerarbeitsplätzen zur Verfügung.

An der Fakultät stehen für alle Studierenden drei PC-Pools mit über 70 PC-Arbeitsplätzen zur Verfügung. Außerdem gibt 1.500 Netz-Anschlüsse für Notebooks und ein WLAN. Seit der Erstakkreditierung der Masterstudiengänge wurden einige Hörsäle mit Beamern ausgestattet und die Laborausstattung verbessert. Im Rahmen der Einführung der Studiengebühren soll ein Teil der Studiengebühren für die Anschaffung von Fachliteratur verwendet werden. Damit stehen für 2007 bis zu 240.000 Euro für zusätzliche Anschaffungen zur Verfügung. Durch diese zusätzlichen Mittel erhofft sich die Fakultät eine deutlich spürbare Verbesserung der Ausstattung der Bibliothek.

Bewertung:

Die Durchführung der Studiengänge erscheint den Gutachtern grundsätzlich gesichert. Die Hochschule hat in der Begehung versichert, dass die Kapazitäten für die an der Fakultät angebotenen Studiengänge ausreichend sind. Dies wurde jedoch bislang nicht schriftlich belegt. Entsprechende Unterlagen (Kapazitätsberechnung o.ä.) sind nachzureichen. **[Auflage 5]**

9. Zusammenfassende Bewertung

▪ **B.Sc. BW/Controlling, Finanz- und Rechnungswesen**

Das Studienkonzept ist in sich stimmig und breit gefächert aufgebaut. Es entspricht den formalen und inhaltlichen Anforderungen an Bachelorstudiengängen und trägt zur zusätzlichen Profilierung der Fakultät bei.

▪ **B.Sc. BW/Personalmanagement**

Der Studiengang entspricht allen Erfordernissen der entsprechenden Strukturvorgaben und erfüllt inhaltlich, organisatorisch und personell die Erwartungen, die an Bachelorstudiengänge gestellt werden.

▪ **M.A. Service Marketing**

Der Studiengang vermittelt einen guten und in sich geschlossenen Eindruck. Sowohl die Berufsfeld- als auch Anwendungsorientierung sind ebenso positiv hervorzuheben wie die gute Betreuung der Studierenden. Der Studiengang entspricht im Großen und Ganzen den Anforderungen des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse sowie den Anforderungen der Ländergemeinsamen Strukturvorgaben für die Akkreditierung von Bachelor- und Masterstudiengängen.

▪ **M.A. Controlling, Finance and Accounting**

Der Studiengang setzt die inhaltlichen und formalen Ansprüche an Masterstudiengänge um und orientiert sich konzeptionell an aktuelle Anforderungen von Theorie und Praxis.

▪ **M.A. Creative Communication and Brand Management**

Der Studiengang vermittelt einen guten und in sich geschlossenen Eindruck. Sowohl die Berufsfeld- als auch Anwendungsorientierung sind ebenso positiv hervorzuheben wie die gute Betreuung der Studierenden. Der Studiengang entspricht im Großen und Ganzen den Anforderungen des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse sowie den Anforderungen der Ländergemeinsamen Strukturvorgaben für die Akkreditierung von Bachelor- und Masterstudiengängen.

▪ **MBA Human Resources Management & Consulting**

Der MBA-Studiengang erscheint unter Berücksichtigung der obigen Anmerkungen (Konzeption als berufsbegleitenden Studiengang, Verkleinerung der Module, um die Austauschbarkeit von Studienleistungen zu ermöglichen) grundsätzlich geeignet, die für Masterstudiengänge relevanten Anforderungen zu erfüllen.