

## Beschluss zur Akkreditierung

### des Studiengangs

### „Kommunikations-, Multimedia- und Marktmanagement“ (M.A.)

### an der Hochschule Düsseldorf

**Auf der Basis des Berichts der Gutachtergruppe und der Beratungen der Akkreditierungskommission in der 69. Sitzung vom 04./05.12.2017 spricht die Akkreditierungskommission folgende Entscheidung aus:**

1. Der Studiengang „**Kommunikations-, Multimedia- und Marktmanagement**“ mit dem Abschluss „**Master of Arts**“ an der **Hochschule Düsseldorf** wird unter Berücksichtigung der „Regeln des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung“ (Beschluss des Akkreditierungsrates vom 20.02.2013) ohne Auflagen akkreditiert, da die darin genannten Qualitätsanforderungen für die Akkreditierung von Studiengängen erfüllt sind.

Der Studiengang entspricht den Kriterien des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen, den Anforderungen der Ländergemeinsamen Strukturvorgaben der Kultusministerkonferenz, den landesspezifischen Strukturvorgaben für die Akkreditierung von Bachelor- und Masterstudiengängen sowie den Anforderungen des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse in der aktuell gültigen Fassung.

2. Es handelt sich um einen **konsekutiven** Masterstudiengang.
3. Die Akkreditierungskommission stellt für den Studiengang ein **anwendungsorientiertes Profil** fest.
4. Die Akkreditierung wird für eine **Dauer von sieben Jahren** (unter Berücksichtigung des vollen zuletzt betroffenen Studienjahres) ausgesprochen und ist unter Anrechnung der vorläufigen Akkreditierung gemäß Beschluss der Akkreditierungskommission vom 28./29.08.2017 **gültig bis zum 30.09.2024**.

Zur Weiterentwicklung des Studiengangs werden die folgenden **Empfehlungen** gegeben:

1. Die Einbindung aktueller Erfahrungen von Praxisvertreter/inne/n sollte für die Weiterentwicklung des Studiengangs stärker systematisiert werden.
2. Es sollten englischsprachige Veranstaltungen etabliert und englischsprachige Literatur sollte in stärkerem Maß zugrunde gelegt werden.
3. Es sollte ein Mobilitätsfenster eingerichtet werden, um den Studierenden routinemäßig ein Studium im Ausland ermöglichen zu können.
4. Die Prüfungsformen sollten hinsichtlich des jeweiligen Kompetenzziels überprüft und erweitert werden.

Zur weiteren Begründung dieser Entscheidung verweist die Akkreditierungskommission auf das Gutachten, das diesem Beschluss als Anlage beiliegt.

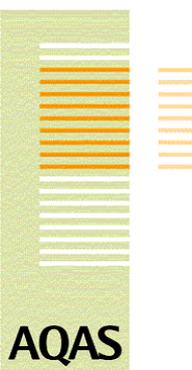


## **Gutachten zur Akkreditierung**

### **des Studiengangs**

### **„Kommunikations-, Multimedia- und Marktmanagement“ (M.A.)**

### **an der Hochschule Düsseldorf**



**AQAS**

Agentur für Qualitätsicherung durch  
Akkreditierung von  
Studiengängen

Begehung am 09./10.10.2017

#### **Gutachtergruppe:**

**Prof. Dr. Andrea Rumler**

Hochschule für Wirtschaft und Recht Berlin,  
Fachbereich Wirtschaftswissenschaften

**Prof. Dr. Ralph Sonntag**

Hochschule für Technik und Wirtschaft Dresden,  
Fakultät Wirtschaftswissenschaften

**Gregor Berg**

Werkstatt für Kundenorientierung, Dortmund  
(Vertreter der Berufspraxis)

**Andrea Ungerer**

Studentin der Universität Wien  
(studentische Gutachterin)

#### **Koordination:**

Mechthild Behrenbeck, Ass.Jur.

Geschäftsstelle AQAS e.V., Köln

## **1 Präambel**

---

Gegenstand des Akkreditierungsverfahrens sind Bachelor- und Masterstudiengänge an staatlichen oder staatlich anerkannten Hochschulen. Die Akkreditierung von Bachelor- und Masterstudiengängen wird in den Ländergemeinsamen Strukturvorgaben der Kultusministerkonferenz verbindlich vorgeschrieben und in den einzelnen Hochschulgesetzen der Länder auf unterschiedliche Weise als Voraussetzung für die staatliche Genehmigung eingefordert.

Die Begutachtung der Studiengänge erfolgte unter Berücksichtigung der „Regeln des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung“ in der Fassung vom 20.02.2013.

### **I. Ablauf des Verfahrens**

---

Die Hochschule Düsseldorf beantragt die Akkreditierung des Studiengangs „Kommunikations-, Multimedia- und Marktmanagement“ mit dem Abschluss „Master of Arts“. Es handelt sich um eine Reakkreditierung.

Das Akkreditierungsverfahren wurde am 22./23.05.2017 durch die zuständige Akkreditierungskommission von AQAS eröffnet. Es wurde eine vorläufige Akkreditierung bis zum 31.08.2018 ausgesprochen. Am 09./10.10.2017 fand die Begehung am Hochschulstandort Düsseldorf durch die oben angeführte Gutachtergruppe statt. Dabei erfolgten unter anderem getrennte Gespräche mit der Hochschulleitung, den Lehrenden und Studierenden.

Das vorliegende Gutachten der Gutachtergruppe basiert auf den schriftlichen Antragsunterlagen der Hochschule und den Ergebnissen der Begehung. Insbesondere beziehen sich die deskriptiven Teile des Gutachtens auf den vorgelegten Antrag.

### **II. Bewertung des Studiengangs**

---

#### **1. Allgemeine Informationen**

Die 1971 gegründete Hochschule Düsseldorf umfasst sieben Fachbereiche mit insgesamt 37 Studiengängen. Sie verfolgt sechs strategische Ziele, die für alle Fachbereiche, zentralen Einrichtungen und die Verwaltung gelten und in den Leitlinien verankert sind: Innovation, Diversität, Interdisziplinarität, Praxisorientierung, Internationalität und Nachhaltigkeit.

Der zur Akkreditierung vorliegende Studiengang ist am Fachbereich Wirtschaftswissenschaften angesiedelt, der nach Darstellung der Hochschule durch eine wissenschafts- und praxiserprobte Wirtschaftskompetenz, kleine Gruppengrößen, eine besondere Anwendungsorientierung sowie Internationalität und die Förderung der IT- und Medienkompetenz gekennzeichnet ist.

#### **2. Profil und Ziele**

Ziel des Masterstudiums ist nach Darstellung der Hochschule die anwendungsorientierte Entwicklung und Vermittlung fachlicher und methodischer Kompetenzen in den Bereichen Kommunikations- und Multimediamanagement, durch die die Absolvent/inn/en zur verantwortlichen Übernahme von Führungs- und Entscheidungsfunktionen in der Bearbeitung nationaler und internationaler Märkte befähigt werden.

Die Lehrinhalte und Veranstaltungsformen sollen dem Ziel dienen, neben dem fundierten Fachwissen und der Kenntnis unterschiedlicher wissenschaftlicher Lehrmeinungen die Fähigkeit zu

vermitteln, praxisbezogene Aufgabenstellungen zu erkennen und zu lösen. Die traditionell enge Verbindung zwischen dem Fachbereich Wirtschaftswissenschaften der Hochschule Düsseldorf und regionalen Wirtschaftsunternehmen, die sich nach Darstellung der Hochschule in der Zahl von Lehrbeauftragten, praxisorientierten Abschlussarbeiten und Forschungsprojekten und einer Vielzahl von Kooperationen auf individueller Ebene gezeigt hat, soll die Anwendungsorientierung des Studiengangs in besonderer Weise unterstützen.

Als Qualifikationsziele nennt die Hochschule Entwicklung und Förderung der wissenschaftlichen Befähigung, Entwicklung und Steigerung der Berufsbefähigung (Employability), Befähigung zur gesellschaftlichen Teilhabe sowie Förderung der Persönlichkeitsentwicklung.

Die internationale Ausrichtung des Studienprogramms zeigt sich nach Darstellung der Hochschule durch das Erfordernis einer Unternehmenskommunikation, die sich aus der internationalen Vernetzung der Unternehmensbranche und der zunehmenden Globalisierung der Märkte ergibt. Die Studierenden sollen die Möglichkeit erhalten, den Besuch einer Partnerhochschule im Ausland in das Studium zu integrieren.

Die Zugangsvoraussetzungen für den Masterstudiengang „Kommunikations-, Multimedia- und Marktmanagement“ sind nach Angaben im Selbstbericht eine Hochschulzugangsberechtigung (z. B. Allgemeine Hochschulreife) und zudem ein Studienabschluss (von mindestens 2,3) in dem Bachelorstudiengang „Kommunikations- und Multimediamanagement“ oder in einem an einer anderen Hochschule in einem wirtschaftswissenschaftlichen Fachbereich angebotenen Studiengang, wie beispielsweise Medienwirtschaft, Medienmanagement, Kommunikationswirtschaft oder Kommunikationsmanagement. Ferner gibt die Hochschule den Nachweis englischer Sprachkenntnisse auf der Niveaustufe B2 nach dem Europäischen Referenzrahmen für Sprachen als Zugangsvoraussetzung an.

Der Studiengang wird zulassungsbeschränkt angeboten. Die Zahl der Studienplätze für die Aufnahme ist auf 35 Studierende pro Jahr begrenzt. Von diesen Studienplätzen werden nach Angaben der Hochschule in der Regel 7 % der Plätze an ausländische Studienbewerber/innen vergeben, 5 % gemäß Härtefallregelung § 15 Vergabeverordnung NRW sowie 3 % an Zweitstudienbewerber/innen. Die verbleibenden Studienplätze werden nach dem Auswahlverfahren der Hochschule vergeben. Der Studienbeginn ist nur zum Wintersemester möglich.

Die Hochschule Düsseldorf verfügt über ein Konzept zur Förderung der Geschlechtergerechtigkeit.

## **Bewertung**

Der Studiengang stellt ein Masterangebot im Bereich Marketing speziell der Marktkommunikation dar. Durch sein breites Angebot erlangen die Studierenden die Qualifikation, die in vielen Berufsfeldern des Marketings benötigt werden. Die Hochschule fokussiert zukünftige Themen wie Internationalisierung, Interdisziplinarität und Digitalisierung. Der Studiengang greift diese Aspekte im Curriculum und in den Qualifikationszielen auf.

Die Berücksichtigung der Interdisziplinarität findet durch eine Integration von Modulen aus anderen Wissenschaftsdisziplinen wie der Informatik statt. Fachlich gesehen gibt es Anknüpfungspunkte hinsichtlich Interdisziplinarität zum Bereich Medien und Design sowie zum Fachbereich Maschinenbau. Hervorzuheben ist die Integration von ethischen Fragestellungen in Modulen des Studiengangs. Denkbar ist hier auch eine Ausweitung, z.B. eine verstärkte Abbildung von Marketing Analytics.

Vor dem Hintergrund der Dynamik und zunehmenden Internationalisierung gerade im Marketing-Umfeld sollte auch in Zukunft darauf geachtet werden, dass das Curriculum die zukünftig wichtigen Kompetenzen in der Berufspraxis berücksichtigt. Die Anforderungen der Praxis werden grundsätzlich durch die Verzahnung mit Unternehmen auf Fakultätsebene und projektbezogen im

Studiengang berücksichtigt. Die Hochschule ist in der sehr günstigen Situation, über ein sehr gutes Netzwerk mit Unternehmen aus der Region zu verfügen, welches auch in dem fest etablierten und gut funktionierenden Förderkreis verankert ist. Zukünftig sollten, strukturell und prozessual verankert, die Erfahrungen und Impulse der Praxisvertreter/innen für die Weiterentwicklung des Studiengangs abgebildet sein (z.B. im Rahmen eines Fachbeirats) (**Monitum 1**).

Es finden sich überfachliche Aspekte der Persönlichkeitsentwicklung und der Befähigung zum gesellschaftlichen Engagement im Studiengang wieder.

Der Studiengang befähigt zu unterschiedlichen Berufsbildern. Möglich sind auch Karrierewege wie Berufsbilder in der Forschung, Promotion oder Existenzgründung.

Der Zugang zum Studium ist klar und transparent geregelt. Im letzten Akkreditierungszeitraum wurden die Zugangsvoraussetzungen hinsichtlich des englischen Sprachniveaus auf B2 festgesetzt. Die Auswahl der Bewerber/innen findet primär anhand von Noten statt. Aufgrund der hohen Anzahl der Bewerber/innen ist dieses nachvollziehbar.

Die Hochschule hat entsprechende Angebote, um die Geschlechtergerechtigkeit und Chancengleichheit abzubilden und zu fördern.

### **3. Qualität des Curriculums**

Es handelt sich um einen konsekutiven Masterstudiengang mit einem anwendungsorientierten Profil. Der Studiengang umfasst 120 Credit Points (CP) und eine Regelstudienzeit von vier Semestern. Davon entfallen 66 CP auf den Pflichtbereich, 20 CP auf den Wahlpflichtbereich und 34 CP auf den Transferpflichtbereich. Insgesamt weist der Studiengang 15 Module auf. Die Module haben eine Mindestgröße von drei CP (Kolloquium) und eine Maximalgröße von 17 CP (Master-Thesis). Alle anderen Module liegen zwischen sechs und 14 CP.

Zum Erreichen der Qualifikationsziele sollen in den Kernmodulen „Kommunikationsmanagement“, „Multimediamanagement“ und „Marktmanagement“ Theorien, Instrumente sowie Methoden erarbeitet, Anwendungsfelder aufgezeigt und an konkreten Entscheidungssituationen (z.B. in Projekten) eingeübt und kritisch reflektiert werden.

Das begriffliche, theoretische und forschungsmethodische Fundament soll unter besonderer Berücksichtigung wirtschafts- und medienethischer Aspekte durch das überarbeitete und weiterentwickelte Kernmodul „Wissenschaftstheorie und Forschungsmethodik“ gelegt werden. Die methodischen und sozialen Kompetenzen für eine Tätigkeit im Management sollen in den Supportmodulen „Marketingcontrolling und Big Data“, „Businessplanung in neuen Märkten“ und „Führungskompetenz und Leadership“ sowie im Spezialisierungsmodul „Digital Leadership“ vermittelt und praktisch erprobt werden. Die Entwicklung und Steigerung der Berufsbefähigung soll insbesondere durch das zeitlich erweiterte Modul „Projektarbeiten“ erreicht werden. Die Förderung der Persönlichkeitsentwicklung erfolgt nach Darstellung der Hochschule in Gruppen- und Teamarbeiten sowie durch ein Peer to Peer-Coaching insbesondere in den Modulen „Businessplanung in neuen Märkten“, „Projektarbeiten“ und „Kommunikationsmanagement“.

Im Studiengang werden nach Hochschulangaben als Lehr-/Lernformen Seminare und auch computergestützte Lernformen (z. B. Online-Lehre) eingesetzt.

#### **Bewertung**

Das Curriculum des Masterprogramms ist durch eine breite Abdeckung der Themen Unternehmenskommunikation, Medien/Mediengestaltung, Marketing/Unternehmensführung sowie in geringerem Maße Technik/IT gekennzeichnet. Durch die interdisziplinäre Ausrichtung sowohl des Programms als auch seiner Studierenden, die z.T. mit einem nicht-wirtschaftswissenschaftlichen Bachelorstudium wie z.B. Design in das Programm einsteigen, wird fachübergreifendes Wissen in

besonderem Maße vermittelt. Die für den Studienabschluss erforderlichen Fach-, Methoden- und Schlüsselkompetenzen werden dabei durch die aktuellen Studieninhalte sowie durch Lehrformen wie dem Projektstudium auf gut passende Weise unterrichtet.

Als Studiengangziel benennt die Hochschule Düsseldorf „die anwendungsorientierte Entwicklung und Vermittlung von umfassenden, wissenschaftlich fundierten Kompetenzen in den Bereichen Kommunikation und Multimedia für das Marktmanagement, die zur professionellen und verantwortungsvollen Wahrnehmung von Managementfunktionen auf mittlerer und höherer Führungsebene befähigen“. Durch die Kombination der gewählten Module kann dieses Ziel nach Meinung der Gutachtergruppe gut erreicht werden.

Das Curriculum entspricht den Anforderungen des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse für das Masterniveau. Seit der letzten Reakkreditierung wurden verschiedene Änderungen am Curriculum vorgenommen. Diese sind sehr gut nachvollziehbar und sehr transparent kommuniziert. Die Inhalte der Änderungen sind dabei nach Meinung der Gutachtergruppe insgesamt gut geeignet, die Aktualität des vermittelten Lehrstoffs sicherzustellen.

Allerdings wäre es nach Meinung der Gutachtergruppe sinnvoll, einzelne Fächer oder Module bzw. Teile von Modulen auf Englisch zu unterrichten. Führungskräfte müssen heute in der Unternehmenspraxis oftmals große Teile ihrer Arbeit auf Englisch erledigen. Eine Vorbereitung durch englischsprachigen Unterricht oder mindestens durch die stärkere Verwendung englischsprachiger Literatur als das bisher der Fall ist, erscheint daher sehr empfehlenswert (**Monitum 2**). Als einen Schritt in die richtige Richtung sieht die Gutachtergruppe das Angebot an, die Masterarbeit auch auf Englisch abfassen zu können.

Insgesamt sind für den Studiengang adäquate Lehr- und Lernformen vorgesehen. E-Learning-Angebote (z.B. reine Online-Angebote oder Blended Learning Arrangements) unterstützen grundsätzlich die Flexibilisierung von Studiengängen. Ein verstärkter Aufbau und Nutzung solcher Angebote würde zu einer weiteren flexibleren Studiengangsgestaltung für die Studierenden beitragen.

Die Module sind vollständig im Modulhandbuch dokumentiert. Module und Modulhandbücher werden regelmäßig aktualisiert und sind den Studierenden über die Webseite der Hochschule zugänglich.

Im Curriculum ist kein Mobilitätsfenster für ein Auslandsstudium vorgesehen. Der Wunsch nach einem Auslandsstudium ist aber nach Aussagen der Studierenden vorhanden. Auslandsaufenthalte sind grundsätzlich möglich und werden von der Hochschule insbesondere seitens des International Office unterstützt. Die Lehrenden vermitteln darüber hinaus Kontakte zu anderen Studierenden, die bereits Auslandserfahrung gesammelt haben. Die Gutachtergruppe empfiehlt gleichwohl, ein Mobilitätsfenster zu definieren und dieses nach Möglichkeit auch curricular einzubinden (**Monitum 3**).

#### **4. Studierbarkeit**

Verantwortlich für den Studiengang ist die Studiengangsleitung, die als Ansprechperson für studiengangsrelevante Fragestellungen und Probleme fungiert. Zudem sind gemäß Selbstbericht Modulverantwortliche benannt, denen die inhaltliche Abstimmung bei Modulen mit mehreren Lehrenden sowie die Abstimmung der Modulprüfung obliegen.

Fachübergreifende Anliegen können die Studierenden mit dem Student Support Center besprechen, außerdem stehen bei Bedarf das International Office und eine psychologische Beratungsstelle zur Verfügung. Bei Fragen zur Vereinbarkeit von Familie und Hochschule können sich die Studierenden an das Familienbüro wenden. Für Studierende mit Behinderung und chronischen Erkrankungen werden spezielle Beratungsangebote vorgehalten.

Bereits vor Studienbeginn werden Informationsveranstaltungen vorgehalten, weiterhin können sich die Studierenden über den Internetauftritt der Hochschule informieren. Während des Studiums sollen die Studierenden einmal jährlich in einer Veranstaltung über Entwicklungen des Studiengangs und Evaluationsergebnisse informiert werden.

Nach Darstellung der Hochschule wird jedes Modul mit einer Modulprüfung abgeschlossen. Hierzu bietet die Hochschule die Prüfungsformen Klausur, Hausarbeit, Projektdokumentation, mündliche Prüfung, Präsentation und Portfolio an.

Dem veranschlagten Workload pro Leistungspunkt liegen 25 Arbeitsstunden der Studierenden zugrunde. In zweijährigen Abständen erfolgt nach Angaben im Selbstbericht eine detaillierte Workloadbefragung der Studierenden zu den einzelnen Modulen.

Der Nachteilsausgleich ist in § 6 der Rahmenprüfungsordnung geregelt. Sowohl die Rahmenprüfungsordnung als auch der Entwurf der studiengangsspezifischen Prüfungsordnung wurden gemäß Bestätigung der Hochschulleitung einer Rechtsprüfung unterzogen.

Die Anerkennungsregeln für an anderen Hochschulen und die Anerkennung außerhochschulisch erbrachte Leistungen sind in der Rahmenprüfungsordnung für Masterstudiengänge im Fachbereich Wirtschaftswissenschaften in § 9 geregelt.

Die Hochschule hat Studierendenstatistiken vorgelegt, die u. a. Angaben zu Studienzeiten und Verbleibsquoten enthalten, und die Anzahl der Absolventinnen und Absolventen sowie die durchschnittlichen Abschlussnoten dokumentiert.

## **Bewertung**

Die Zuständigkeiten sind klar verteilt. Einerseits fungieren hier die Institutsleitung, andererseits die Lehrenden und Modulzuständigen selbst als Kontaktpersonen. Der Eindruck der Gutachtergruppe ist, dass die Studierenden ihre Anlaufstellen kennen und mit ihnen in Kontakt stehen.

Die Studierenden zeigen sich mit dem Beratungs- und Betreuungsangebot und der erhaltenen Hilfeleistung zufrieden. Zusätzlich zu den institutionell etablierten Unterstützungs- und Beratungsangeboten wird der persönliche Umgang als Beratungsangebot hervorgehoben.

Das Lehrangebot wird zentral geplant und durch Mechanismen der Qualitätssicherung, wie die Workloadbefragung der Studierenden, interne Treffen der Lehrenden und die Abschlussbefragungen, kontinuierlich verbessert. Mittels der Workloadbefragung wird die Arbeitsleistung der Studierenden explizit abgefragt und evaluiert. So wird der tatsächliche Workload mit dem angesetzten verglichen. Die Studierenden geben an, dass diese Befragungen bereits zu strukturellen Änderungen im Studienplan geführt haben. Die Arbeitsbelastung für Studierende ist anhand der Module und der zugehörigen Leistungspunkte klar ersichtlich und konsistent zugeordnet.

Der Studiengang schreibt kein Pflichtpraktikum vor, die Gutachtergruppe hat aber den Eindruck gewonnen, dass viele Studierende neben ihrem Studium arbeiten. Bei einigen verlängert sich die Studienzzeit laut eigenen Angaben durch Praktika, was für sie aber so handhabbar scheint.

Mobilität ist ein mögliches Entwicklungsfeld des Studiengangs. So sind mehrere Kooperationen mit der Praxis vorhanden, die Zusammenarbeit mit anderen Hochschulen könnte aber noch ausgebaut werden. Von den anwesenden Studierenden hatten keine/r während ihres/seines Masterstudiums Auslandsaufenthalte absolviert.

Die Studierenden bewerten die Prüfungsdichte als angemessen. Es besteht jedes Semester die Möglichkeit einer Nachprüfung. Allerdings sieht der Studienplan aufgrund der Arbeitsleistung einen Überhang von Klausuren vor, der von den Studierenden kritisiert wird. Eine größere Varianz der Prüfungsformen sollte, soweit möglich, angedacht werden, um mündliche und besonders

fremdsprachige Leistungen zu erheben und um die Prüfungsformen noch deutlicher an die Kompetenzziele der Module anzupassen (**Monita 2 und 4**).

Der Nachteilsausgleich ist in der Rahmenprüfungsordnung geregelt. Die Studierenden werden durch die Lehrenden gut und individuell betreut, so können Fragen der Chancengleichheit besprochen und gemeinsam Lösungen entwickelt werden.

Die Anerkennungsregelungen der Lissabon-Konvention sowie für außerhalb der Hochschule erbrachter Leistungen setzt die Hochschule gut um. Die Studierenden lobten die sehr flexible Anerkennungspraxis an der Hochschule. Die studiengangsspezifische Prüfungsordnung ist veröffentlicht.

## **5. Berufsfeldorientierung**

Der Studiengang zielt laut Angaben im Selbstbericht auf Tätigkeitsfelder im Bereich Kommunikationsmanagement, Multimediamanagement und Marktmanagement ab und soll branchenunabhängige, vielseitige Einsatzfelder in Unternehmen jeder Größe und in (internationalen) Konzernen sowie in Agenturen, Produktionsgesellschaften und Consulting-Unternehmen als Dienstleister im Kommunikations-, Multimedia- und Marktmanagement bieten. Konkrete Einsatzfelder können nach Hochschulangaben in Stab- und/oder Linienfunktionen bspw. in den Bereichen Unternehmenskommunikation, Customer-Relationship-Management, Marktkommunikation, Cross-Media-Einsatz, Marketing sowie strategische Markt- und Unternehmensentwicklung bzw. -planung sein. Neben dieser Spezialistenlaufbahn soll ebenso die berufliche Perspektive als Generalist/in im Management möglich sein. Darüber hinaus sollen die durch das Masterprogramm erlernten Kenntnisse und Fähigkeiten eine selbstständige Existenzgründung ermöglichen.

### **Bewertung**

Der Studiengang kann insgesamt mit dem dargestellten Studienangebot als gut funktionierend bezeichnet werden und befähigt grundlegend die Absolvent/inn/en, die jeweiligen oben genannten Tätigkeitsfelder ausüben zu können. Ein großer Vorteil des Studiengangs zur Aufnahme einer der o. g. beruflichen Tätigkeiten ist dabei die Praxisnähe. Die in den Modulen gelehrt Themenbereiche der Dozent/inn/en haben einen extrem hohen Praxisbezug. Die Studierenden bekommen somit einen guten allgemeinen Überblick der Komplexität der späteren beruflichen Themenfelder. Als sehr gut erweist sich zusätzlich die Vermittlung des Methodenwissens, um die spätere Arbeit auch wissenschaftlich fundiert anwenden zu können.

Der Studiengang ist strukturell klar aufgebaut und ist zur Ausübung einer späteren Erwerbstätigkeit über alle Module hinweg gesehen sehr breit gefasst. Dies fördert als Absolvent/inn/en eher Generalisten/Generalistinnen als Spezialisten/Spezialistinnen. Es gibt eine Vielfalt an Themen auch in den sogenannten Spezialisierungsmodulen, die in verschiedenen Praktika bzw. Werkstudententätigkeiten Anwendung finden. Um aber eine Spezialistenlaufbahn, z. B. für eine/n CRM-Manager/in oder Digital Marketing Manager/in zu fördern, wäre es ratsam, die Profilschärfe mit den ortsansässigen Unternehmen weiter zu erarbeiten, um so berufliche Kernfelder noch besser identifizieren zu können. Dies würde auch sehr förderlich sein, um eine klare und frühe Vorstellung des Berufswunsches für die jeweiligen Studierenden zu erarbeiten.

Insgesamt bekommen die Studierenden für die spätere Berufslaufbahn ein großes fachliches und methodisches Know-How mit und auch ein gutes erstes Vorstellungsvermögen, in welchen Fachbereichen sie im Nachgang eingesetzt werden könnten.

Es sollte aber darauf geachtet werden, den Soft-Skill-Bereich weiter auszubauen. Die Absolvent/inn/en sind mit ihrem Masterabschluss insgesamt recht jung und sollen unmittelbar Führungsaufgaben im Beruf übernehmen können. Dafür wäre es ratsam, die Module für die Bereiche Leadership und Führungskompetenzen dahingehend noch einmal zu überprüfen, um Persönlich-

keiten zu entwickeln, die „sich persönlich“ mit dem jeweiligen Angebot (Produkte, bzw. Services) bestens verkaufen können. Dies fördert eine höhere Akzeptanz der (jungen) Führungspersönlichkeit in den späteren Teams und vor den Kunden. Hierfür wäre z.B. ein Präsentationskurs auch sinnvoll. Damit dies bestmöglich gelehrt werden kann, sollte die Auswahl der Lehrbeauftragten dahingehend abgestimmt werden. Grundsätzlich sind Angebote zum Erwerb von Soft Skills Bestandteil des hochschulweiten Zentrums für Weiterbildung und Kompetenzentwicklung (ZWEK). Dabei handelt es sich um eine zentrale Einrichtung der Hochschule Düsseldorf, die mit ihren verschiedenen Angeboten der Weiterbildung, wissenschaftlichen Beratung sowie der Beratung zur individuellen Karriereplanung auf eine Verbesserung der Studienbedingungen abzielt. Es wird zurzeit im Studiengang größtenteils keine Existenzgründung angestrebt, aber das Studium kann durchaus als Vorteil angesehen werden, um einzelne „Business Cases“ aus den Inhalten und der Praxis ableiten zu können. Dies würde auch zur digitalen Ausrichtung der Stadt Düsseldorf passen.

## **6. Personelle und sächliche Ressourcen**

Die Lehre im Studiengang wird nach Hochschulangaben von acht hauptamtlich lehrenden Professor/inn/en durchgeführt. Außerdem werden Lehrbeauftragte eingesetzt.

Maßnahmen zur Personalentwicklung bzw. zur hochschuldidaktischen Weiterbildung werden zentral von der Hochschule zur Verfügung gestellt.

Sächliche und räumliche Ressourcen stehen zur Verfügung.

### **Bewertung**

Nach Einschätzung der Gutachtergruppe verfügt die Hochschule Düsseldorf über eine gute personelle Ausstattung, um Lehre und Betreuung der Studierenden im begutachteten Studiengang zu gewährleisten. Dies gilt auch unter Berücksichtigung der Verflechtungen mit anderen Studiengängen.

Die Hochschule verfügt über ein hochschulübergreifendes Angebot an Maßnahmen zur Personalentwicklung und -qualifizierung.

Die Hochschule Düsseldorf ist seit 2016 an ihrem neu errichteten Campus etabliert. Hier verfügt der Studiengang über eine ausgezeichnete räumliche und sächliche Ausstattung, um die Lehre durchführen zu können. In den neuen Räumlichkeiten sind u. a. ein Labor zur Blickaufzeichnung sowie mehrere IT-Räume vorhanden, in denen die Studierenden nach Voranmeldung auch ohne Kursanbindung arbeiten können.

## **7. Qualitätssicherung**

Das Qualitätsmanagementsystem der Hochschule ist vertikal und horizontal gegliedert: Vertikal durch die Verzahnung von Qualitätssicherungszielen und -maßnahmen auf Ebene der Hochschulleitung, des Fachbereichs sowie der Studiengangsleitungen, horizontal durch Berücksichtigung qualitätssichernder und -steuernder Aspekte entlang des Studienprozesses im Fachbereich. Es sind u. a. Lehrveranstaltungsevaluationen vorgesehen. Die studentische Arbeitsbelastung wird durch Workloaderhebungen und schriftliche Studierendenzufriedenheitsbefragungen erhoben. Im Rahmen der Evaluation von Studium und Lehre wurde ein hochschulweites Mentorenprogramm geschaffen. Absolventenbefragungen werden gemäß der Evaluationsordnung durchgeführt.

### **Bewertung**

Die Hochschule sowie der Fachbereich verfügen über verschiedene Instrumente der Qualitätssicherung, die auf den Studiengang angemessen Anwendung finden. Das Feedback durch die

Evaluation seitens der Studierenden wird pro Semester genutzt und ebenfalls werden hieraus ggf. Maßnahmen entwickelt. Die Ergebnisse der Alumni-Befragungen werden bei der Weiterentwicklung des Studiengangs berücksichtigt. Neben dem formalisierten Weg der Befragungen werden auch informelle Gesprächsrunden genutzt.

## **8. Zusammenfassung der Monita**

### **Monita:**

1. Die Einbindung aktueller Erfahrungen von Praxisvertreter/inne/n sollte für die Weiterentwicklung des Studiengangs stärker systematisiert werden.
2. Es sollten englischsprachige Veranstaltungen etabliert werden und englischsprachige Literatur sollte in stärkerem Maß zugrunde gelegt werden.
3. Es sollte ein Mobilitätsfenster eingerichtet werden, um den Studierenden routinemäßig ein Studium im Ausland ermöglichen zu können.
4. Die Prüfungsformen sollten hinsichtlich des jeweiligen Kompetenzziels überprüft und erweitert werden.

### III. Beschlussempfehlung

---

#### Kriterium 2.1: Qualifikationsziele des Studiengangskonzepts

*Das Studiengangskonzept orientiert sich an Qualifikationszielen. Diese umfassen fachliche und überfachliche Aspekte und beziehen sich insbesondere auf die Bereiche*

- *wissenschaftliche oder künstlerische Befähigung,*
- *Befähigung, eine qualifizierte Erwerbstätigkeit aufzunehmen,*
- *Befähigung zum gesellschaftlichen Engagement*
- *und Persönlichkeitsentwicklung.*

Auf Grundlage der obigen Bewertung wird das Kriterium als erfüllt angesehen.

#### Kriterium 2.2: Konzeptionelle Einordnung des Studiengangs in das Studiensystem

*Der Studiengang entspricht*

*(1) den Anforderungen des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse vom 21.04.2005 in der jeweils gültigen Fassung,*

*(2) den Anforderungen der Ländergemeinsamen Strukturvorgaben für die Akkreditierung von Bachelor- und Masterstudiengängen vom 10.10.2003 in der jeweils gültigen Fassung,*

*(3) landesspezifischen Strukturvorgaben für die Akkreditierung von Bachelor- und Masterstudiengängen,*

*(4) der verbindlichen Auslegung und Zusammenfassung von (1) bis (3) durch den Akkreditierungsrat.*

Auf Grundlage der obigen Bewertung wird das Kriterium als erfüllt angesehen.

#### Kriterium 2.3: Studiengangskonzept

*Das Studiengangskonzept umfasst die Vermittlung von Fachwissen und fachübergreifendem Wissen sowie von fachlichen, methodischen und generischen Kompetenzen.*

*Es ist in der Kombination der einzelnen Module stimmig im Hinblick auf formulierte Qualifikationsziele aufgebaut und sieht adäquate Lehr- und Lernformen vor. Gegebenenfalls vorgesehene Praxisanteile werden so gestaltet, dass Leistungspunkte (ECTS) erworben werden können.*

*Es legt die Zugangsvoraussetzungen und gegebenenfalls ein adäquates Auswahlverfahren fest sowie Anerkennungsregeln für an anderen Hochschulen erbrachte Leistungen gemäß der Lissabon-Konvention und außerhochschulisch erbrachte Leistungen. Dabei werden Regelungen zum Nachteilsausgleich für Studierende mit Behinderung getroffen. Gegebenenfalls vorgesehene Mobilitätsfenster werden curricular eingebunden.*

*Die Studienorganisation gewährleistet die Umsetzung des Studiengangskonzepts.*

Auf Grundlage der obigen Bewertung wird das Kriterium als erfüllt angesehen.

#### Kriterium 2.4: Studierbarkeit

*Die Studierbarkeit des Studiengangs wird gewährleistet durch:*

- *die Berücksichtigung der erwarteten Eingangsqualifikationen,*
- *eine geeignete Studienplangestaltung*
- *die auf Plausibilität hin überprüfte (bzw. im Falle der Erstakkreditierung nach Erfahrungswerten geschätzte) Angabe der studentischen Arbeitsbelastung,*
- *eine adäquate und belastungsangemessene Prüfungsdichte und -organisation,*
- *entsprechende Betreuungsangebote sowie*
- *fachliche und überfachliche Studienberatung.*

*Die Belange von Studierenden mit Behinderung werden berücksichtigt.*

Auf Grundlage der obigen Bewertung wird das Kriterium als erfüllt angesehen.

#### Kriterium 2.5: Prüfungssystem

*Die Prüfungen dienen der Feststellung, ob die formulierten Qualifikationsziele erreicht wurden. Sie sind modulbezogen sowie wissens- und kompetenzorientiert. Jedes Modul schließt in der Regel mit einer das gesamte Modul umfassenden Prüfung ab. Der Nachteilsausgleich für behinderte Studierende hinsichtlich*

*zeitlicher und formaler Vorgaben im Studium sowie bei allen abschließenden oder studienbegleitenden Leistungsnachweisen ist sichergestellt. Die Prüfungsordnung wurde einer Rechtsprüfung unterzogen.*

Auf Grundlage der obigen Bewertung wird das Kriterium als erfüllt angesehen.

#### **Kriterium 2.6: Studiengangsbezogene Kooperationen**

*Beteiligt oder beauftragt die Hochschule andere Organisationen mit der Durchführung von Teilen des Studiengangs, gewährleistet sie die Umsetzung und die Qualität des Studiengangskonzepts. Umfang und Art bestehender Kooperationen mit anderen Hochschulen, Unternehmen und sonstigen Einrichtungen sind beschrieben und die der Kooperation zu Grunde liegenden Vereinbarungen dokumentiert.*

Das Kriterium entfällt.

#### **Kriterium 2.7: Ausstattung**

*Die adäquate Durchführung des Studiengangs ist hinsichtlich der qualitativen und quantitativen personellen, sächlichen und räumlichen Ausstattung gesichert. Dabei werden Verflechtungen mit anderen Studiengängen berücksichtigt. Maßnahmen zur Personalentwicklung und -qualifizierung sind vorhanden.*

Auf Grundlage der obigen Bewertung wird das Kriterium als erfüllt angesehen.

#### **Kriterium 2.8: Transparenz und Dokumentation**

*Studiengang, Studienverlauf, Prüfungsanforderungen und Zugangsvoraussetzungen einschließlich der Nachteilsausgleichsregelungen für Studierende mit Behinderung sind dokumentiert und veröffentlicht.*

Auf Grundlage der obigen Bewertung wird das Kriterium als erfüllt angesehen.

#### **Kriterium 2.9: Qualitätssicherung und Weiterentwicklung**

*Ergebnisse des hochschulinternen Qualitätsmanagements werden bei den Weiterentwicklungen des Studienganges berücksichtigt. Dabei berücksichtigt die Hochschule Evaluationsergebnisse, Untersuchungen der studentischen Arbeitsbelastung, des Studienerfolgs und des Absolventenverbleibs.*

Auf Grundlage der obigen Bewertung wird das Kriterium als erfüllt angesehen.

#### **Kriterium 2.10: Studiengänge mit besonderem Profilspruch**

*Studiengänge mit besonderem Profilspruch entsprechen besonderen Anforderungen. Die vorgenannten Kriterien und Verfahrensregeln sind unter Berücksichtigung dieser Anforderungen anzuwenden.*

Auf Grundlage der obigen Bewertung wird das Kriterium als erfüllt angesehen.

#### **Kriterium 2.11: Geschlechtergerechtigkeit und Chancengleichheit**

*Auf der Ebene des Studiengangs werden die Konzepte der Hochschule zur Geschlechtergerechtigkeit und zur Förderung der Chancengleichheit von Studierenden in besonderen Lebenslagen wie beispielsweise Studierende mit gesundheitlichen Beeinträchtigungen, Studierende mit Kindern, ausländische Studierende, Studierende mit Migrationshintergrund und/oder aus sogenannten bildungsfernen Schichten umgesetzt.*

Auf Grundlage der obigen Bewertung wird das Kriterium als erfüllt angesehen.

Zur Weiterentwicklung des Studiengangs gibt die Gutachtergruppe folgende Empfehlungen:

1. Die Studiengangsverantwortlichen sollten systematisch aktuelle Erfahrungen von Praxisvertreter/inne/n für die Weiterentwicklung des Studiengangs nutzen.
2. Es sollten englischsprachige Veranstaltungen etabliert werden und englischsprachige Literatur sollte in stärkerem Maß zugrunde gelegt werden.
3. Es sollte ein Mobilitätsfenster eingerichtet werden, um den Studierenden routinemäßig ein Studium im Ausland ermöglichen zu können.
4. Die Prüfungsformen sollten hinsichtlich des jeweiligen Kompetenzziels überprüft werden.

Die Gutachtergruppe empfiehlt der Akkreditierungskommission von AQAS, den Studiengang **„Kommunikations-, Multimedia- und Marktmanagement“** an der **Hochschule Düsseldorf** mit dem Abschluss **„Master of Arts“** ohne Auflagen zu akkreditieren.