

Akkreditierungsbericht

**zur internen Bündelakkreditierung der
Studiengänge**

**Digital Business Management (DBM) und
Media and Data-driven Business (MDB)**

Akkreditierungszeitraum:

voraussichtlich 01.04.2021-31.03.2029

Duale Hochschule Baden-Württemberg Präsidium

Fachstelle Akkreditierung

akkreditierung@dhbw.de

01.12.2020

Inhaltsverzeichnis

| | | |
|-----------|--|-----------|
| A. | Datenblatt | 3 |
| B. | Übersicht der Prüfkriterien | 5 |
| C. | Begutachtungsverfahren | 6 |
| D. | Ergebnisse auf einen Blick | 7 |
| E. | Kurzprofil des Studiengangs | 8 |
| F. | Zusammenfassende Qualitätsbewertung der Konsultationsgruppe | 9 |
| G. | Prüfgutachten | 10 |
| 1. | Prüfbericht: Erfüllung der formalen Kriterien | 11 |
| 1.1. | Studienstruktur und Studiendauer..... | 11 |
| 1.2 | Studiengangprofile..... | 11 |
| 1.3 | Zugangsvoraussetzungen und Übergänge zwischen Studienangeboten..... | 11 |
| 1.4 | Abschlüsse und Abschlussbezeichnungen | 11 |
| 1.5 | Modularisierung | 12 |
| 1.6 | Leistungspunktesystem | 12 |
| | Weitere Kriterien (der DHBW)..... | 12 |
| 1.7 | Begründung für das Studienangebot, Bedarfsprognose | 12 |
| 1.8 | Berücksichtigung der hochschulweiten bzw. studienbereichsspezifischen Rahmenvorgaben... 14 | |
| 2. | Gutachten: Erfüllung der fachlich-inhaltlichen Kriterien | 15 |
| 2.1 | Qualifikationsziele und Abschlussniveau | 15 |
| 2.2 | Schlüssiges Studiengangskonzept und adäquate Umsetzung | 19 |
| 2.2.1 | Curriculum, Modulkonzept, Gestaltung des Studiums | 19 |
| 2.2.2 | Mobilität | 21 |
| 2.2.3 | Lehrpersonal und Ressourcenausstattung..... | 21 |
| 2.2.4 | Prüfungen | 23 |
| 2.2.5 | Studierbarkeit | 24 |
| 2.2.7 | Besonderer Profilanspruch | 25 |
| 2.3 | Fachlich-Inhaltliche Gestaltung der Studiengänge - Aktualität..... | 26 |
| 2.4 | Studienerfolg | 27 |
| 2.5 | Geschlechtergerechtigkeit und Nachteilsausgleich..... | 27 |
| | Weitere Kriterien (der DHBW)..... | 28 |
| 2.6 | Evaluation und kontinuierliche Weiterentwicklung | 28 |

A. Datenblatt

| Allgemeine Daten | | | | |
|--|--|-------------------------------------|-----------------------|--------------------------|
| Hochschule | Duale Hochschule Baden-Württemberg | | | |
| Eventuelle Namensänderungen | entfällt | | | |
| Abschlussgrad / Abschlussbezeichnung | M.A. | | | |
| Studienform | Präsenz | <input type="checkbox"/> | Ausbildungsintegriert | <input type="checkbox"/> |
| | Vollzeit | <input type="checkbox"/> | Intensiv | <input type="checkbox"/> |
| | Dual/Praxisintegriert | <input type="checkbox"/> | Kooperation | <input type="checkbox"/> |
| | Dual/Berufsintegriert | <input checked="" type="checkbox"/> | | <input type="checkbox"/> |
| Studiendauer (in Semestern) | Regelstudienzeit 4 Semester | | | |
| Anzahl der vergebenen ECTS-Leistungspunkte | 90 ECTS | | | |
| Bei Master: konsekutiv oder weiterbildend | weiterbildend | | | |
| Bei Erstakkreditierung: Aufnahme des Studienbetriebs am (Datum) | 01.04.2021 | | | |
| Aufnahmekapazität pro Jahr | Für DBM gilt: 60 Studienplätze / Jahr Für MDB gilt: 35 Studienplätze / Jahr | | | |
| Durchschnittliche Anzahl der Studienanfänger*innen pro Semester / Jahr | entfällt | | | |
| Durchschnittliche Anzahl der Absolvent*innen pro Semester / Jahr | entfällt | | | |
| Erst- oder Reakkreditierung | Erstakkreditierung | | | |
| Daten zum Studiengang zum Zeitpunkt der Begutachtung | | | | |
| Erfolgsquote | entfällt | | | |
| Notenverteilung | entfällt | | | |
| Durchschnittliche Studiendauer | entfällt | | | |
| Studierende nach Geschlecht | entfällt | | | |
| Akkreditierungsverfahren | | | | |
| Eingang der Selbstdokumentation: | 12.03.2020 | | | |
| Zeitpunkt der Konsultation: | 15.05.2020 | | | |
| Zeitraum der zweiten Begutachtung: | Juni / Juli 2020 | | | |
| Beschlussempfehlung der Fachkommission: | 14.10.2020 | | | |

| | |
|-------------------------------------|-------------------------|
| Beschluss des Präsidiums: | 16.10.2020 |
| Beschluss des Senats: | 01.12.2020 |
| Geltungszeitraum der Akkreditierung | 01.04.2021 – 31.03.2029 |
| Akkreditierungshistorie | |
| Erstakkreditiert ab: | 01.04.2021 |

B. Übersicht der Prüfkriterien

| Kriterium Nr. | Kriterium Beschreibung | Vorgabe StAkkVO |
|--|---|------------------------|
| 1. Prüfbericht: formale Akkreditierungskriterien | | |
| 1.1 | Studienstruktur und Studiendauer | § 3 |
| 1.2 | Studiengangprofile | § 4 |
| 1.3 | Zugangsvoraussetzungen und Übergänge zwischen Studienangeboten | § 5 |
| 1.4 | Abschlüsse und Abschlussbezeichnungen | § 6 |
| 1.5 | Modularisierung | § 7 |
| 1.6 | Leistungspunktesystem | § 8 |
| Weitere Kriterien (der DHBW) | | |
| 1.7 | Begründung für das Studienangebot, Bedarfsprognose | |
| 1.8 | Berücksichtigung der hochschulweiten bzw. fachbereichsspezifischen Rahmenvorgaben | |
| 2. Gutachten: fachlich-inhaltliche Akkreditierungskriterien | | |
| 2.1 | Qualifikationsziele und Abschlussniveau | § 11 |
| 2.2. | Schlüssiges Studiengangskonzept und adäquate Umsetzung | § 12 |
| 2.2.1 | Curriculum, Modulkonzept, Gestaltung des Studiums | § 12 Abs. 1. Sätze 3-5 |
| 2.2.2 | Mobilität | § 12 Abs. 1. Satz 4 |
| 2.2.3 | Lehrpersonal und Ressourcenausstattung | § 12 Abs. 2-3 |
| 2.2.4 | Prüfungen | § 12 Abs. 4. |
| 2.2.5 | Studierbarkeit | § 12 Abs. 5. |
| 2.2.6 | Kriterien bei besonderem Profilanpruch | § 12 Abs. 6. |
| 2.3 | Fachlich-inhaltliche Gestaltung der Studiengänge | § 13 |
| 2.4 | Studienerfolg | § 14 |
| 2.5 | Geschlechtergerechtigkeit und Nachteilsausgleich | § 15 |
| Weitere Kriterien (der DHBW) | | |
| 2.6 | Evaluation und kontinuierliche Weiterentwicklung | |

C. Begutachtungsverfahren

Allgemeine Hinweise

Das Verfahren wurde entsprechend den Regelungen der „Satzung zur internen Akkreditierung von Studienangeboten an der DHBW“ durchgeführt. Aufgrund der Corona-Krise wurde die Konsultation virtuell durchgeführt.

Rechtliche Grundlagen

- Studienakkreditierungsstaatsvertrag
- Studienakkreditierungsverordnung des Wissenschaftsministeriums des Landes Baden-Württemberg (StAkkrVO)

Konsultationsgruppe:

- Externer Hochschullehrer: wird von der Hochschule vertraulich behandelt
- Vertreter der Berufspraxis: wird von der Hochschule vertraulich behandelt
- Vertreterin der Studierenden: Isabel Locher, Stiftung Liebenau
- Alumnus: Simon Wagner, EnBW
- Vertreter der Lehrenden: Prof. Dr. Gerhard Hellstern, DHBW Ravensburg

Weitere Teilnehmer*innen der Konsultation:

- Antragstellende: Prof. Dr. Petra Radke, Wissenschaftliche Leitung MDB; Prof. Dr. Matthias Rehme, Komm. Wissenschaftliche Leitung DBM
- Vertretungen des DHBW CAS: Prof. Dr. Joachim Frech, Direktor; Prof. Dr. Boris Kühnle, Dekan Fachbereich Wirtschaft; Yvonne Weber, Wissenschaftliche Referentin
- Vertretungen der Fachkommission Wirtschaft: Prof. Ringwald, Nicole Bautz und Silke Weniger

Zweiter wissenschaftlicher Gutachter (Prüfphase): Prof. Dr. Christian Matt, Universität Bern

D. Ergebnisse auf einen Blick

Die formalen Kriterien sind

- erfüllt
- erfüllt mit Ausnahme von: Kriterium #
- nicht erfüllt

Die fachlich-inhaltlichen Kriterien sind

- erfüllt
- erfüllt mit Ausnahme von Kriterium #
- nicht erfüllt

Nach eingehender Beratung hat der Senat der DHBW am 01.12.2020 die Akkreditierung ohne Auflagen beschlossen.

Zur Weiterentwicklung der Studienangebote im Akkreditierungszeitraum hat der Senat der DHBW folgende Empfehlungen ausgesprochen:

Digital Business Management (DBM):

Für diesen Studiengang wurden keine Empfehlungen formuliert.

Media and Data-driven Business (MDB):

- 1) konzeptionelle Spezifikation des Begriffs und Konzepts "Data-driven Business"
- 2) MDB-Kompetenzprofil abgrenzen zu Berufsbildern "Data-Analyst/-Scientist"

E. Kurzprofil des Studiengangs

Kurzprofil des Studiengangs DBM:

In dem dualen Master-Studiengang Digital Business Management erwerben die Studierenden die nötigen Kompetenzen, um digitale Transformationsprozesse in Unternehmen aus betriebswirtschaftlicher Perspektive zu planen und umzusetzen. Sie erkennen technologische Trends, können diese in Bezug auf die wirtschaftliche Relevanz ihres Unternehmens bewerten und leiten daraus Digitalisierungsstrategien ab, die sowohl (Fach-)Abteilungen als auch das ganze Unternehmen betreffen. Der berufsbegleitende Studiengang zeichnet sich durch die Verknüpfung von betriebswirtschaftlichem Wissen und IT-Wissen aus.

Der Studiengang richtet sich gleichermaßen an Studieninteressierte, die ein erstes betriebswirtschaftliches Studium oder ein Studium der Wirtschaftsinformatik erfolgreich abgeschlossen haben und über erste einschlägige Berufserfahrungen verfügen. Angesprochen sind zudem Absolvent*innen technisch orientierter Bachelor-Studiengänge wie z.B. Wirtschaftsingenieurwesen sowie Ingenieurwesen (für Ingenieur*innen ist die Belegung von vorbereitenden betriebswirtschaftlichen Grundlagenmodulen erforderlich). Sie erweitern betriebswirtschaftliche Kenntnisse und Erfahrungen im Rahmen des Masterstudiums und bauen fundiertes Wissen zur digitalen Transformation von Unternehmen auf. Anders als beim Master Wirtschaftsinformatik liegt der Schwerpunkt somit auf der betriebswirtschaftlichen Beurteilung digitaler Transformationsprojekte und nicht auf der Entwicklung und Betreuung von Informations- und Kommunikationssystemen.

In den wissenschaftlichen Arbeiten untersuchen und beantworten die Studierenden aktuelle Fragestellungen aus der unternehmerischen Praxis mit wissenschaftlichen Methoden und Quellen und schaffen damit einen direkten Mehrwert für sich sowie ihren Dualen Partner. Abgerundet wird das Curriculum durch Seminare zur Stärkung der persönlichen und sozialen Kompetenzen.

Aufgrund ihrer Digitalisierungskompetenzen sind die Absolvent*innen unternehmensweit gefragt, insbesondere bei Transformationsprojekten in den Fachabteilungen, im Projekt- und Transformationsmanagement, bei der (internen) Unternehmensberatung oder als Assistent*in der Geschäftsführung bei der (Weiter-)Entwicklung digitaler Geschäftsmodelle. Die Absolvent*innen sind zudem prädestiniert für die Wahrnehmung neuer Rollen im Unternehmen wie bspw. Online Marketing Manager*in, Data Owner*in, Digital Product Manager*in, Digital Ecosystems Developer*in u.v.m.

Kurzprofil des Studiengangs MDB:

Digitale Geschäftsmodelle basieren zunehmend auf den neuen technologischen Möglichkeiten des Datenzugriffs, der Datenspeicherung und der kombinierten und systematischen Auswertung unstrukturierter Daten und können zu verbesserten Produktions- und Vertriebsabläufen, zur Produktentwicklung und -innovation und zu einer erfolgreicherer Unternehmens- und Marktkommunikation beitragen. Aus heutiger Sicht ist häufig nicht der Datenzugang der beschränkende Faktor, sondern die Fähigkeit der Unternehmen, die Daten für die eigenen Zwecke zu nutzen.

Unternehmen der Medien- und Kommunikationsbranche aber auch anderer Branchen wie Handel, Banken und Versicherungen, Reise- und Verkehrswirtschaft benötigen Fach- und Führungskräfte mit Technologie- und Datenaffinität, die die Potenziale datengetriebener Geschäftsmodelle erkennen, flexibel und zeitnah auf Veränderungen der Konsumentenpräferenzen reagieren, innovative Produkte entwickeln und vermarkten.

Der duale Master-Studiengang Media and Data-driven Business greift die branchenübergreifenden Qualifikationsanforderungen an Fach- und Führungskräfte konsequent auf und erweitert die ökonomischen und psychologischen Kompetenzen um datenaffines Know-how, um auf diese Weise

Kommunikation in allen Phasen - Analyse, Strategie, Umsetzung und Evaluation - effizienter und wirkungsvoller zu gestalten.

Absolvent*innen des Studiengangs verfügen bei der Bearbeitung komplexer datengetriebener Aufgabenstellungen nicht über die Kompetenzen eines*r Daten-Analysten*in oder eines Data Scientist. Diese werden im Studiengang Wirtschaftsinformatik vermittelt. Hier grenzen sich die Studiengänge deutlich voneinander ab.

Datenaffine Kommunikations- und Medienmanager*innen können aber eigenständig beurteilen, ob und wie personenbezogene Daten verwertet werden und sind in der Lage, Analysen kritisch zu hinterfragen. Hierzu nutzen sie ihr erworbenes Technikverständnis und ihre Datenaffinität bzw. ihre Statistikkennnisse, die sie mit ihrem ökonomischen, psychologischen Wissen sowie ihrem kommunikations- wie Medienknowhow in ihren Funktionsbereichen mit medialer und kommunikativer Ausrichtung bündeln. Strategisches Denken und Kreativität verlieren nicht an Bedeutung. Künftig wird bei den komplexen Problemstellungen der Medien- und Kommunikationsbranche die interdisziplinäre Zusammenarbeit zwischen datenaffinen Medienmanager*innen, Datenanalyst*innen und IT-Expert*innen zunehmend an Bedeutung gewinnen.

Das Studienangebot richtet sich in erster Linie an Hochschulabsolvent*innen im Bereich Wirtschaftswissenschaften, (Medien-)Informatik, Wirtschaftsinformatik, Geistes- und Sozialwissenschaften oder Design mit einer mindestens einjährigen, einschlägigen Berufserfahrung.

F. Zusammenfassende Qualitätsbewertung der Konsultationsgruppe

Sowohl der Studiengang DBM als auch der Studiengang MBD werden als wissenschaftlich fundierte und aktuelle Angebote im Fachbereich Master am DHBW CAS angesehen. Der Bedarf der Wirtschaft für Fachkräfte mit diesem spezifischen Profil ist gegeben.

Die formalen und fachlich-inhaltlichen Kriterien gemäß der StAkkrVO wurden geprüft. Die Studiengänge erfüllen die Vorgaben sowie die DHBW-spezifischen Qualitätskriterien:

- Die Studiengänge entsprechen dem Masterstudienmodell
- Die Qualifikationsziele wurden transparent und ausgiebig dargestellt.
- Das Kompetenzprofil der Absolvent*innen wurde gemäß dem DHBW Kompetenzmodell erstellt und entspricht dem deutschen Qualifikationsrahmen für Hochschulabschlüsse.
- Das Curriculum ist ausgewogen und adressiert alle zentralen Themen des Digital Business Management bzw. Media and Data-driven Business. Die Gestaltung der Module trägt zur Erreichung der Qualifikationsziele bei.

Die Konsultationsgruppe sieht die Kriterien des Akkreditierungsberichts als erfüllt an und spricht keine Auflagen aus. Folgende Empfehlungen werden vereinbart:

1. Es ist zu überlegen, wie die Digital Literacy gefördert und die technischen Grundlagen in beiden Studiengängen besser verankert werden können. Die Absolventen*innen sollen verstehen und beurteilen können, was sich hinter den Begriffen im Zusammenhang mit Digitalisierung verbirgt, um dadurch fundierte Entscheidungen zu deren Einsatz treffen zu können. Hierfür ist auch notwendig, dass die Studierenden praktische Erfahrungen in neuen Technologien sammeln.
2. Im Studiengang DBM sollte die häufige Verwendung der Prüfungsform „Klausur“ überdacht und in den Modulen gegebenenfalls an die Kompetenzziele angepasst werden.
3. Im Studiengang DBM sollten die inhaltlichen Überschneidungen und die daraus resultierenden Redundanzen überprüft werden.

Die Empfehlungen der Konsultationsgruppe wurden vor der Begutachtung durch den zweiten Gutachter (s.g. Prüfphase) weitgehend umgesetzt.

G. Prüfgutachten

Das Prüfgutachten wurde auf Dokumentenbasis erstellt. Die wichtigsten Empfehlungen des Gutachters wurden von den Gremien der DHBW als Empfehlungen im Akkreditierungsbeschluss formuliert. Weitere Hinweise werden von den Studiengangsverantwortlichen bei der Weiterentwicklung des Studiengangs berücksichtigt.

1. Prüfbericht: Erfüllung der formalen Kriterien

1.1. Studienstruktur und Studiendauer

(§ 3 StAkkVO)

Die Regelstudienzeit der weiterbildenden, dualen Master-Studiengänge beträgt vier Semester. Eine Verlängerung des Studiums auf maximal 10 Semester oder eine Verkürzung, z.B. durch Anerkennung von Modulen, ist möglich. Beide Studiengänge enden mit dem Abschluss Master of Arts (M.A.). Die Anschlussmöglichkeit an eine Promotion ist gegeben (je nach Promotionsordnung der jeweiligen Hochschule mit Promotionsrecht).

Der Gutachter sieht die Anschlussmöglichkeit an eine Promotion als grundsätzlich gegeben, weist aber vor dem Hintergrund der ihm bekannten Promotionsverfahren und -ordnungen auf mögliche Hürden hin. Er empfiehlt, den Bewerber*innen deutlich zu machen, dass das Ziel des berufsintegrierenden Studiengangs die Weiterqualifizierung für die berufliche Praxis und nicht in erster Linie die Vorbereitung auf eine Promotion ist.

Ergebnis: Das Kriterium ist für beide Studiengänge erfüllt.

1.2 Studiengangsprofile

(§ 4 StAkkVO)

Die vorliegenden Master-Studiengänge sind weiterbildende und duale (berufsintegrierende) Programme. Sie sehen eine wissenschaftliche Abschlussarbeit vor und entsprechen Qualifikationsniveau 7 des DQR¹.

Ergebnis: Das Kriterium ist für beide Studiengänge erfüllt.

1.3 Zugangsvoraussetzungen und Übergänge zwischen Studienangeboten

(§ 5 StAkkVO)

Zugangsvoraussetzung für die Master-Studiengänge sind ein erster berufsqualifizierender Hochschulabschluss im gleichen oder einem verwandten Fach, eine qualifizierte berufspraktische Erfahrung von mindestens einem Jahr, ein Beratungsgespräch sowie aufgrund des besonderen Profils des Master-Studiengangs ein bestehendes Arbeitsverhältnis bei einem Unternehmen/einer Einrichtung, das/die als Dualer Partner des DHBW CAS zugelassen ist. Die Zulassungsvoraussetzungen der Studierenden sind in der Satzung über den Zugang und die Zulassung zu weiterbildenden Master-Studiengängen geregelt.

Ergebnis: Das Kriterium ist für beide Studiengänge erfüllt.

1.4 Abschlüsse und Abschlussbezeichnungen

(§ 6 StAkkVO)

¹ Deutscher Qualifikationsrahmen des Bundesministeriums für Bildung und Forschung, <https://www.dqr.de/content/2337.php>

Nach erfolgreichem Abschluss wird der Mastergrad verliehen, mit der Abschlussbezeichnung Master of Arts (M.A.). Ein Diploma Supplement (Deutsch und Englisch) wird mit dem Abschlusszeugnis ausgegeben.

Ergebnis: Das Kriterium ist für beide Studiengänge erfüllt.

1.5 Modularisierung

(§ 7 StAkkVO)

Die Master-Studiengänge sind in Module gegliedert, die sich über maximal zwei Semester erstrecken (außer das Modul Fachübergreifende Kompetenzen, das eine begründete Ausnahme bildet) und vom Umfang her mindestens 5 ECTS-Leistungspunkten entsprechen. Die Modulbeschreibungen wurden nach einer einheitlichen Vorlage erstellt, enthalten die in der StAkkVO vorgeschriebenen Informationen und bieten den Studierenden eine zuverlässige, transparente Information über Inhalte und Qualifikationsziele des Moduls, Voraussetzungen für die Teilnahme, Anzahl der erwerbenden ECTS-Leistungspunkte sowie die Prüfungsform.

Ergebnis: Das Kriterium ist für beide Studiengänge erfüllt.

1.6 Leistungspunktesystem

(§ 8 StAkkVO)

Beide Studiengänge sehen den Erwerb von 90 ECTS-Leistungspunkten in der Regelstudienzeit von vier Semestern vor. Für den Master-Abschluss sind 300 ECTS-Leistungspunkte nachzuweisen. Studierende mit einem Bachelor-Abschluss von weniger als 210 ECTS-Leistungspunkten haben die Möglichkeit, gebührenpflichtige Module im Rahmen der Wissenschaftlichen Weiterbildung zu belegen.

Ein Leistungspunkt entspricht einer Gesamtarbeitsleistung der Studierenden im Präsenz- und Selbststudium von 27 Stunden.

Jedem Modul sind mindestens fünf ECTS-Leistungspunkte zugeordnet. Der Bearbeitungsumfang für die Masterarbeit beträgt 20 ECTS-Leistungspunkte.

Für ein Modul werden ECTS-Leistungspunkte gewährt, wenn die in der Prüfungsordnung vorgesehenen Leistungen nachgewiesen werden.

Ergebnis: Das Kriterium ist für beide Studiengänge erfüllt.

Weitere Kriterien (der DHBW)

1.7 Begründung für das Studienangebot, Bedarfsprognose

Für den Studiengang DBM gilt:

Namensgleiche Bachelor-Studienrichtungen wurden an mehreren DHBW-Standorten in den letzten beiden Studienjahren eingerichtet. Die Nachfrage nach den Bachelor-Studienplätzen hat die Erwartungen deutlich übertroffen. Dies dokumentiert das große Interesse der Wirtschaft am Kompetenzaufbau für betriebswirtschaftlich tätige Mitarbeiter*innen im Bereich der Digitalisierung und lässt eine hohe Nachfrage nach Masterstudienplätzen in dem Themenbereich erwarten.

Für den zur Einrichtung beantragten, aber noch nicht genehmigten Masterstudiengang Digital Business Management haben sich bis Anfang März 2020 rund 90 Interessent*innen in der Interessentendatenbank des DHBW CAS registrieren lassen. Studien, die die beruflichen

Perspektiven von Absolvent*innen im Studiengang Digital Business Management belegen, sind aufgrund der Neuigkeit des Studienangebots nicht vorhanden. Grundsätzlich kommt das Institut der deutschen Wirtschaft im Frühjahresreport 2019 aber zum Ergebnis, dass Tätigkeiten im MINT-Umfeld aufgrund der hohen Nachfrage nach Mitarbeiter*innen in diesem Bereich „bessere Karriereperspektiven und höhere Löhne“ versprechen ([https://www.arbeitgeber.de/www/arbeitgeber.nsf/res/MINT-Fruehjahrsreport_%202019.pdf/\\$file/MINT-Fruehjahrsreport_%202019.pdf](https://www.arbeitgeber.de/www/arbeitgeber.nsf/res/MINT-Fruehjahrsreport_%202019.pdf/$file/MINT-Fruehjahrsreport_%202019.pdf), Stand 17.01.2020).

Die fachliche Spezialisierung des Studiums ermöglicht den Absolvent*innen zum einen eine Expertenlaufbahn in den verschiedensten Fachabteilungen von Unternehmen, um dort digitale Transformationsprozesse zu gestalten. Durch die Ergänzung der im Bachelor-Studium erworbenen BWL-Kenntnisse durch IT-bezogenes Fach- und Methodenwissen sind die Absolvent*innen in der Lage, Transformationsprozesse kompetent zu begleiten, um die Voraussetzungen für Markt- und Unternehmenserfolg im Wettbewerb zu schaffen. Gefragt ist deren Kompetenzprofil daher in häufig interdisziplinär besetzten Projektteams zur digitalen Transformation.

Zum anderen ermöglicht die Dualität des Studiengangs den Absolvent*innen auch eine Karriere als Führungskraft. Absolvent*innen des Studiengangs Digital Business Management entwickeln Kompetenzen zur strategischen Weiterentwicklung des Unternehmens unter Berücksichtigung technologischer Entwicklungen und innovativer Konzepte. Sie entwickeln digitale Geschäftsmodelle, integrieren sowie motivieren die Mitarbeiter*innen und moderieren Veränderungsprozesse im Rahmen der digitalen Transformation.

Diese Entwicklungen zeigen, dass in den nächsten drei Jahren mit jährlich ca. 40 Studienanfänger*innen in diesem Studiengang gerechnet werden kann.

Für den Studiengang MDB gilt:

Die Modul Inhalte des Studiengangs sind an den künftigen Digital-Kompetenzen ausgerichtet, insbesondere auch in den zunehmend datengetriebenen und ausdifferenzierten Bereichen von Medien, Marketing und Kommunikation. Bei der Modellierung wurde berücksichtigt, dass analytische und intellektuelle Fähigkeiten zunehmend wichtiger werden. Die sich im Berufsfeld wandelnden Anforderungsprofile zeigen sich bereits heute in den einschlägigen Jobportalen (z.B. Stellenmarkt der Süddeutschen Zeitung¹ Handelsblatt Jobsuche², Stepstone³, Horizont Jobs⁴) sowie in den vom Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) bereits im Jahr 2016 definierten 60 Berufen, die in der Digitalbranche entstehen (z.B. „Programmatic Advertising Manager“).⁵ Gemäß einer Bitkom-Umfrage im Jahr 2017 wollen knapp vier von zehn Unternehmen ihr Budget für Social-Media-Aktivitäten in den kommenden fünf Jahren erhöhen.⁶ Gesucht werden in allen Branchen zum Beispiel Social-Media-Marketer*innen, Digital Performance Manager*innen, Marketing Data Manager*innen sowie Social-Media-Analyst*innen. „Für dieses Tätigkeitsfeld eignen sich Medienstudiengänge und

¹ <https://stellenmarkt.sueddeutsche.de/jobs/Marketing-Jobs?q=Medien>, 27.01.20.

² <https://www.karriere.de/aller-unkenrufe-zum-trotz-jobangebote-fuer-medien-profis-ziehen-an>, abgerufen am 22.10.18.

³ <https://www.stepstone.de/>, abgerufen am 27.01.20.

⁴ <https://www.horizontjobs.de/ Jobs in Marketing, Werbung und Medien>, abgerufen am 22.10.18.

⁵ <https://www.bvdw.org/themen/publikationen/detail/artikel/job-definitionen-in-der-digitalen-wirtschaft1/> abgerufen am 22.10.18.

⁶ <https://www.bitkom.org/Presse/Presseinformation/Vier-von-zehn-Unternehmen-wollen-mehr-in-Social-Media-investieren.html>, abgerufen am 28.10.18.

betriebswirtschaftliche Studiengänge genauso wie ein Studium der Informatik“, betont Petrich, Leiterin des Bildungsbereichs beim Digitalverband Bitkom.⁷

Auch der Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft (ZAW) prognostiziert in einer Stellenanalyse aus dem Jahr 2017 einen steigenden Bedarf an Digitalfachkräften aller Wirtschaftszweige. Medienunternehmen, aber auch die werbetreibende Wirtschaft suchen vor allem Mediaexperten*innen sowie Werbe-, und Marketingspezialisten*innen, die die steigende Komplexität der Aufgaben bewältigen können.⁸

Mit dem Start des im Vergleich zur bisherigen Studienrichtung Medien und Marketing im Studiengang Master in Business Management umfangreich überarbeiteten Studiengangs Media and Data-driven Business werden zunächst rund 15 Studienanfänger*innen erwartet. Das erwartete Wachstum beruht auf den Prognosen des zunehmenden Bedarfs an Expert*innen mit IT-Kompetenzen - gerade in den Funktionsbereichen mit medialer und kommunikativer Ausrichtung. Überdies wird für die zunehmende Verbreitung datenbasierter Geschäftsmodelle zusätzliches datenaffines Know-how benötigt.

Bewertung:

Für den neu geschaffenen Studiengang DBM wurde der Bedarf an Absolvent*innen mit den vorgestellten Qualifikationsprofilen in der Praxis überzeugend nachgewiesen.

Im Studiengang MDB, der aus der Studienrichtung „Medien und Marketing“ des Studiengangs Master in Business Management, heraus entwickelt wurde, wurde der Bedarf in den vergangenen Jahren durch die Studienanfängerzahlen nachgewiesen.

Ergebnis: Das Kriterium ist für beide Studiengänge erfüllt.

1.8 Berücksichtigung der hochschulweiten bzw. studienbereichsspezifischen Rahmenvorgaben

Die Master-Studiengänge entsprechen dem DHBW Master-Studienmodell. Die Master-Strukturvorgaben zum Curriculum wurden umgesetzt. Die DHBW-internen Leitplanken zur Prüfungsgestaltung in der Curriculumsentwicklung, die einen Fokus auf kompetenzorientiertes Prüfen legen, wurden ebenfalls in der Gestaltung der Curricula berücksichtigt.

Ergebnis: Das Kriterium ist für beide Studiengänge erfüllt. Im Studiengang DBM sollte die häufige Verwendung der Prüfungsform „Klausur“ überdacht und in den Modulen gegebenenfalls an die Kompetenzziele angepasst werden.

⁷ <https://www.morgenpost.de/wirtschaft/karriere/article213095067/Fast-keine-Firma-verzichtet-mehr-auf-Social-Media-Manager.html>, abgerufen am 28.10.18.

⁸ <https://www.morgenpost.de/wirtschaft/karriere/article213095067/Fast-keine-Firma-verzichtet-mehr-auf-Social-Media-Manager.html>, abgerufen am 28.10.18.

2. Gutachten: Erfüllung der fachlich-inhaltlichen Kriterien

2.1 Qualifikationsziele und Abschlussniveau

(§ 11 StAkkVO)

Dokumentation:

Die Anforderungen des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse greift die DHBW u.a. in der Handreichung: Kompetenzorientierte Modulbeschreibungen für Masterstudiengänge an der DHBW auf. Die Qualifikationsziele des Studiengangs finden sich somit in weiten Teilen der **übergreifenden Handlungskompetenz** wieder. Sie greift auch den Gedanken des wissenschaftlichen Selbstverständnisses und der Professionalität aus dem Qualifikationsrahmen auf. Masterabsolvent*innen zeigen Handlungskompetenz, indem sie Wissen, Erfahrung und Kenntnisse über spezifische Vorgehensweisen, Methoden und Techniken nutzen, um in oftmals unklaren sozialen oder berufspraktischen Situationen situationsadäquat, authentisch und erfolgreich zu agieren. Dazu gehören vor allem das eigenständige kritische Beobachten, das systematische Suchen alternativer Denk- und Lösungsansätze, sowie die Weiterentwicklung des eigenen beruflichen Handelns. Im Masterstudium wird durch die Berufsintegration die übergreifende Handlungskompetenz permanent weiterentwickelt, da die Studierenden die in den Theorie-Veranstaltungen erlernten Konzepte sofort in der Praxis anwenden und dabei die fachlich und methodische Anwendbarkeit reflektieren, aber auch ihre sozialen und personalen Kompetenzen im industriellen Umfeld üben.

Im Modul „Masterarbeit“ wenden die Studierenden das über das gesamte Studium hinweg erworbene tiefe Verständnis zu übergreifenden Zusammenhängen und Prozessen an. Sie untersuchen eine Problemstellung aus der unternehmerischen Praxis anhand von wissenschaftlichen Methoden und Vorgehensweisen. Je nach Fragestellung erarbeiten sie dabei konkrete handlungsrelevante Vorschläge für die Praxis oder reflektieren praktische Phänomene so, dass sich daraus für die Praxis Konsequenzen ableiten lassen. Die Masterarbeit stellt damit einen bedeutenden Mehrwert für den Dualen Partner dar.

Die Absolvent*innen des Masterstudiengangs **DBM** sind durch die ganzheitliche, integrative Betrachtung von technologischen und betriebswirtschaftlichen Konzepten befähigt, die Relevanz digitaler Technologien für die Weiterentwicklung des Unternehmens zu beurteilen und sie aus betriebswirtschaftlicher Perspektive zu gestalten und zu begleiten. Durch die Integration der Konzepte in die Wertschöpfung des Unternehmens sowie die Weiterentwicklung der vom Unternehmen angebotenen Produkte und Dienstleistungen tragen sie dazu bei, Kosten zu senken sowie Leistungen marktgerecht zu gestalten und somit die Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen zu steigern. Dabei berücksichtigen sie politische, gesellschaftliche und ethische Rahmenbedingungen und denken sowie handeln ganzheitlich. Der interdisziplinäre Modulkatalog sowie das Angebot lehrintegrierter Forschungsprojekte fördern zudem ein interdisziplinäres Verständnis sowie die Team- und Kooperationsfähigkeit.

Absolvent*innen des Masterstudiengangs **MDB** können beurteilen, welche Daten für verschiedene Anwendungen der Unternehmens- und Marktkommunikation relevant sind, wie diese Daten generiert, analysiert und visualisiert werden können. Durch den Einsatz von „Big Data“ können sie im Team mit Data-Analyst*innen und Data Science Expert*innen zu einer effizienteren und/oder wirkungsvolleren Kommunikation gegenüber verschiedenen Stakeholdern gelangen. Dies gelingt nur dann, wenn die Absolvent*innen bei der Lösung dieser neuen komplexen Aufgaben- und Problemstellungen verantwortungsvoll (i.S. des Datenschutzrechts) und kritisch reflektierend ihr ökonomisches-, kommunikationstheoretisches- und psychologisches Wissen sowie ihr „Gespür für Themen und Menschen“ sowie ihre Kreativität nutzen.

Die folgenden Kompetenzfelder stellen die Verzahnung der einzelnen Anforderungen aus dem Qualifikationsrahmen und der Handreichung: Kompetenzorientierte Modulbeschreibungen für Masterstudiengänge an der DHBW sowie deren curriculare Abbildung in den beiden Studiengängen dar:

Fachkompetenz

Die Wissensverbreiterung, Wissensvertiefung und das Wissensverständnis aus dem Qualifikationsrahmen werden an der DHBW unter Fachkompetenz subsumiert. Sie findet sich in allen Modulen der beiden Studiengänge wieder. Die Modulinhalte bauen auf dem Wissen aus dem vorangegangenen Bachelorstudium und der Berufserfahrung auf und vertiefen oder erweitern diese wesentlich. Eine Wissensvertiefung findet dabei jedoch nicht nur in den Lehrveranstaltungen statt, sondern wird auch dadurch erreicht, dass das in der Theorie erlernte Wissen unmittelbar in der Praxis angewendet und dadurch vertieft wird. Durch das erworbene Wissensverständnis können die Studierenden bei der Lösung praxisrelevanter Probleme wissenschaftliche und methodische Überlegungen einbeziehen.

Die Wissensverbreiterung erfolgt in **DBM** in allen Studiengangsmodulen durch das Kennenlernen aktueller und im Bachelor-Studium üblicherweise nicht diskutierter betriebswirtschaftlicher Konzepte im Kontext der digitalen Transformation. Dabei setzen die Lehrveranstaltungen auf den betriebswirtschaftlichen und technologischen Grundlagen des Bachelor-Studiums auf und ergänzen diese um neue oder spezifische Konzepte. Da Digitale Transformation durch juristische und ethische Rahmenbedingungen beeinflusst wird, finden auch diese Themen Berücksichtigung. Die Wissensvertiefung erfolgt – neben der Möglichkeit, Wahlmodule in spezifischen Themen der Digitalisierung entlang des Wertschöpfungsprozesses zu belegen – durch eine kritische Auseinandersetzung mit den jeweiligen Themen, z.B. durch die Bearbeitung von Fallstudien oder die Diskussion aktueller Beispiele, die Studierende aus ihrer beruflichen Praxis einbringen. Das Wissensverständnis wird in Modulen erreicht, in denen die Studierenden das gelernte Wissen unmittelbar anwenden und eigene Lösungskonzepte erarbeiten, z.B. in den Modulen „Entwicklung digitaler Geschäftsmodelle“, „Customer Experience Management“ oder dem „Kolloquium: Aktuelle Managementthemen“. Auch im Rahmen der Erstellung wissenschaftlicher Arbeiten wird das Wissensverständnis der Studierenden vertieft.

Für die Bearbeitung der komplexen, datengetriebenen Aufgabenstellungen in der Unternehmens- und Marktkommunikation verfügen Absolvent*innen des Studiengangs **MDB** über ökonomisches, psychologisches und technisches Wissen sowie über kommunikations- wie Medien-Knowhow, welches sie in den obligatorischen Studiengangsmodulen „Media-Research and Psychology“, „Media-, Communication- and Data-driven Business“ und „Information Systems for Data-driven Business“ erworben haben und in weiteren Wahlmodulen des Studiengangs vertieft oder verbreitert haben. Die Wissensvertiefung findet beispielsweise in den Modulen „Campaign Management und Media Planning“, „User Centered Design“, „Applied UX Methods“ sowie „Management und Corporate Communication“ statt.

Absolvent*innen, die über Wissen in einem strategieorientierten Tätigkeitsfeld der Medien- und Kommunikationsbranche verfügen, können die Konzepte der Industrieökonomik und des Behavioral Economics auf Entscheidungssituationen des eigenen Unternehmens anwenden und kritisch reflektieren. Sie sind in der Lage, personenbezogene Daten bei Entscheidungen hinsichtlich der Abo-Preisgestaltung, der Produktwahl sowie der Ausspielung von Werbung zu nutzen, um zu „besseren“ Entscheidungsergebnissen (z.B. Effizienzsteigerungen, Erlössteigerungen) zu gelangen. Ebenso können sie strategische Kommunikations-Modelle und -Instrumente analysieren und konzipieren sowie verschiedene crossmediale Inhalts- und Darstellungsformen unterscheiden und anwenden. Diese Fachkompetenzen werden in den Modulen „Strategy and Business Modelling“ und „Strategy and Content“ vermittelt.

Methodenkompetenz

Die Methodenkompetenz greift die Anforderungen des Einsatzes, der Anwendung und Erzeugung von Wissen aus dem Qualifikationsrahmen auf. Insbesondere in den Modulen „Forschungsmethoden“, „Forschungsprojektarbeit I“ und „Forschungsprojektarbeit II“ nutzen die Studierenden beider Studiengänge relevante Arbeitsmethoden zur Informationssammlung, eignen sich selbständig neues Wissen und Können an und bauen Erfahrungswissen im Umgang mit unterschiedlichen Forschungsmethoden auf. Sie entwerfen Forschungsfragen, gehen systematisch und wissenschaftsgestützt bei der Beantwortung vor und reflektieren kritisch ihre Lösungsvorschläge. Die selbständige Durchführung dieser kleineren Forschungsprojekte erfolgt grundsätzlich anwendungsorientiert, da die Studierenden darin meist betriebliche oder praxisorientierte Fragestellungen aufgreifen und konkrete Lösungsmöglichkeiten für den Dualen Partner oder praxisrelevante Sichtweisen entwickeln.

Neben den wissenschaftlichen Arbeiten steht **in DBM** insbesondere bei den Modulen „Business Analytics“, „Entwicklung digitaler Geschäftsmodelle“, „E-Entrepreneurship“ sowie dem „Kolloquium: Aktuelle Managementthemen“ die Methodenkompetenz im Mittelpunkt. Diese Module haben einen zum Teil projektorientierten Charakter, wodurch die Studierenden unter Anwendung wissenschaftlicher Methoden eigene Problemlösungen für eine im Rahmen der Veranstaltung vorgegebene Problemstellung erarbeiten. Die Studierenden sind in diesen Modulen gefordert, das Problem zu analysieren und zu strukturieren, für die Problemlösung relevante Informationsquellen zu identifizieren, sich selbst und die Arbeit im Team zu organisieren, gemeinsame Lösungen trotz ggf. unterschiedlicher individueller Ziele zu erarbeiten und die Ergebnisse zu präsentieren sowie zu verteidigen.

Die Absolventen*innen von **MDB** können fortgeschrittene quantitative und qualitative Methoden der empirischen Sozialforschung einsetzen. Sie sind in der Lage, innovative und experimentelle Forschungsdesigns zur Lösung anwendungsorientierter Problemstellungen aus der Medien- und Kommunikationswirtschaft zu entwickeln. Dabei sind sie sich der Möglichkeiten und Grenzen der qualitativ-explorativen, quantitativen und apparativen Forschungsmethoden in der Anwendung bewusst. Diese Methoden gehen in die Module „Media Research and Psychology“ und „Experimental Media Research“ ein.

Darüberhinausgehend sind sie in der Lage, gängige relevante IT-Komponenten in diesem Umfeld (z.B. Cloudlösungen, Virtualisierung etc.) einzuordnen und zu beurteilen. Ein besonderer Schwerpunkt der datenaffinen Module wird der Umgang mit Software für die Visualisierung und Analyse von Daten sowie für das maschinelle Lernen sein. Dies beinhaltet sowohl „Software mit graphischer Benutzeroberfläche“ (z.B. KNIME) als auch skriptbasierte Software (z.B. Python). Somit sind die Absolventen*innen in der Lage, fundierte Entscheidungen über den praktischen Einsatz einer bestimmten Datenanalyse- bzw. -Prognosemethodik zu treffen. Diese Methoden werden in den Modulen „Applied Data Analysis and Visualization“ und „Analytics for Data-driven Business“ eingesetzt.

Personale und soziale Kompetenz

Der Bereich der personalen und sozialen Kompetenz greift den **Themenbereich der Kommunikation und Kooperation** aus dem Qualifikationsrahmen auf, geht aber auch noch darüber hinaus. So können die Studierenden nicht nur z.B. aufgrund von Gruppenarbeiten in den Lehrveranstaltungen stichhaltig und sachgemessen argumentieren oder Konfliktpotenziale in der Zusammenarbeit mit anderen erkennen und situationsadäquat lösen, sondern sie sind während der gesamten Studienzzeit gefordert, Beruf, Studium und Privatleben miteinander in Einklang zu bringen. Dadurch fördert das Masterstudium per se personale Kompetenzen wie beispielsweise Ausdauer, Beharrlichkeit, Zeitmanagement oder die Fähigkeit zur Priorisierung. Doch nicht nur der berufsintegrierende Charakter des Studiengangs trägt zum Ausbau der personalen Kompetenzen bei. Das Modul „Fachübergreifende Kompetenzen“ mit seinen Seminaren zu Soft Skills widmet sich gezielt der (Weiter-)Entwicklung der personalen und sozialen Kompetenzen.

Digitale Transformationsprojekte haben unmittelbaren Einfluss auf Mitarbeiter*innen eines Unternehmens und darüber hinaus auf Kund*innen, Kooperationspartner*innen sowie die gesamte

Gesellschaft. Die Studierenden von **DBM** werden daher im Rahmen der Lehrveranstaltungen sensibilisiert für z.B. ethische Implikationen und soziale Folgen ihrer Entscheidungen sowie die Notwendigkeit zur Berücksichtigung rechtlicher Rahmenbedingungen im Umgang mit (Kunden-)Daten. Insbesondere in den Modulen „Strategische Aspekte der Digitalen Transformation“, „Entwicklung digitaler Geschäftsmodelle“, „Digital Innovation Management“ sowie „New Work: agiles Arbeiten und digitale Führung“ werden soziale und ethische Fragestellungen thematisiert und so die personalen und sozialen Kompetenzen der Studierenden gefördert.

Die Absolvent*innen des Studiengangs **MDB** verfügen über eine Aufgeschlossenheit für die Nutzung von Big Data-Anwendungen in der Unternehmens- und Marktkommunikation. Dabei berücksichtigen sie sowohl die gesetzlichen Regelungen (DSGVO) als auch ethische Aspekte, um einen verantwortungsvollen Umgang mit personenbezogenen Daten in der Kommunikation zu gewährleisten. Die hierzu erforderlichen Kompetenzen können im Modul „Information Technology, Law and Ethics“ erworben werden. Darüber hinaus verfügen sie über konzeptionelle, analytische und kreative Kompetenzen sowie über Kommunikationsstärke, die sie in die Weiterentwicklung von Medienprodukten sowie in Innovationen einbringen. Sie sind in der Lage, eigenverantwortlich und ausdauernd, die damit verbundenen Veränderungen gegenüber Vorgesetzten und Mitarbeiter*innen durchzusetzen. Neben den bereits o.a. Modulen, sei an dieser Stelle noch das Modul „Design Thinking“ erwähnt, welches auf die kreative Kompetenz einzahlt.

Bewertung:

Für beide Studiengänge ist das Qualifikationsziel in der Studiengangsbeschreibung klar formuliert und entspricht dem Kompetenzmodell der DHBW sowie dem Master-Niveau des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse.

Beim Studiengang DBM wird die Frage aufgeworfen, wie die Heterogenität hinsichtlich der wirtschaftswissenschaftlichen Inhalte ausgeglichen wird, die auch durch Absolvent*innen aus Ingenieursstudiengängen entsteht. Für diese werden gegebenenfalls entsprechende Grundlagenmodule verpflichtend vorgesehen und so die bestehenden Lücken ausgeglichen.

Für den Studiengang MDB wird darauf hingewiesen, dass dieser sehr breit konzipiert ist, wodurch es beim Kompetenzprofil zu Unschärfen kommen kann. Die Wissenschaftlichen Leitungen unterstützen die Studierenden bei der Auswahl der Module und helfen so, das Kompetenzprofil zu schärfen. Aus Sicht des Gutachters spiegeln sich die Qualifikationsziele nicht in allen Modulbeschreibungen wieder und er empfiehlt, dies entsprechend zu verdeutlichen.

Die Absolvent*innen werden bei der Beantragung der Zulassung zu einem Promotionsstudium unterstützt. Die Anschlussfähigkeit an ein Promotionsstudium hängt auch von der Promotionsordnung der jeweiligen Hochschule ab. Sollte das Ziel der wissenschaftlichen Ausbildung im Studium auch darin bestehen, dass die Anschlussfähigkeit an ein Promotionsstudium sichergestellt ist, empfiehlt es sich, dies in den Unterlagen klarer zu formulieren und ggf. Inhalte anzupassen.

Ergebnis: Das Kriterium ist für beide Studiengänge erfüllt.

2.2 Schlüssiges Studiengangskonzept und adäquate Umsetzung

(§ 12 StAkrVO)

2.2.1 Curriculum, Modulkonzept, Gestaltung des Studiums

(§ 12 StAkrVO, Abs. 1., Sätze 1-3, 5)

Dokumentation:

Die Curriculumsentwicklung der Master-Studienangebote und die Lehre im Master-Studium erfolgen durch Professor*innen aller Studienakademien unter Berücksichtigung der Master Qualitätsziele. Die Curricula werden in regelmäßigen Abständen im Rahmen der internen Akkreditierung überprüft. Das Master-Studium der DHBW ist inhaltlich und zeitlich flexibel angelegt, um berufsintegrierend den sehr vielfältigen Bedarfen der Studierenden entgegen zu kommen.

- **Inhaltliche Flexibilität:** In den Studiengängen sind Wahlbereiche integriert, die es den Studierenden erlauben, entsprechend ihrer theoretischen und praktischen Vorbildung sowie ihrer fachlichen und persönlichen Qualifikationsziele entsprechende Module zu wählen.
- **Zeitliche Flexibilität:** Die Studiendauer kann durch die Studierenden über die Regelstudienzeit hinweg verlängert werden, um unterschiedliche berufliche oder familiäre Belastungen, aber auch Lerngeschwindigkeiten abzufedern.

Das Curriculum besteht aus

- 6 obligatorischen Studiengangskernmodulen (45 ECTS-Leistungspunkte). Dies sind:
 - Masterarbeit (20 ECTS-Leistungspunkte)
 - Forschungsmethoden (5 ECTS-Leistungspunkte)
 - Forschungsprojektarbeit I (5 ECTS-Leistungspunkte)
 - Forschungsprojektarbeit II (5 ECTS-Leistungspunkte)
 - Fachübergreifende Kompetenzen (5 ECTS-Leistungspunkte)
 - Kolloquium zu aktuellen Managementthemen (5 ECTS-Leistungspunkte)
- 5 Studiengangsmodulen (sind originär aus dem Angebot des Studiengangs, bieten aber Wahlmöglichkeiten, 25 ECTS-Leistungspunkte).
- sowie 4 Wahlmodulen des Studiengangs (werden i. d. R. originär in anderen Studiengängen /-richtungen des Fachbereichs Wirtschaft angeboten, ermöglichen eine fachliche Breite im Studium, 20 ECTS-Leistungspunkte).

Von den fünf Studiengangsmodulen sind sowohl in DBM als auch in MDB jeweils drei der fünf Studiengangsmodule verpflichtend von allen Studierenden zu absolvieren. So dokumentiert sich der „Dreiklang“ der Studiengangsbezeichnung **Digital Business Management** in den drei Bereichen Digital (Pflichtmodul „Technologien der Digitalen Transformation“), Business (Pflichtmodul „Entwicklung digitaler Geschäftsmodelle“) sowie Management („Strategische Aspekte der Digitalen Transformation“). In **Media and Data-driven Business** erlangen die Studierenden das erforderliche ökonomische, psychologische und technische Wissen sowie kommunikations- wie Medien-Knowhow über die Module „Media-Research and Psychology“, „Media-, Communication- and Data-driven Business“ und „Information Systems for Data-driven Business“.

Sowohl für die Studiengangsmodule als auch für die Wahlmodule wurden von dem*der Wissenschaftlichen Leiter*in jeweils Listen mit Modulen definiert (siehe Studiengangsbeschreibungen), aus denen die Studierenden die festgelegte Anzahl an Modulen wählen. Der

Wahlmodulbereich eröffnet darüber hinaus noch die Möglichkeit eines fachbereichsübergreifenden Kompetenzzuwachses: So können innerhalb des Wahlmodulbereichs von den maximal vier Modulen wiederum maximal zwei Module nach vorheriger Genehmigung der Wissenschaftlichen Leiter*innen der jeweiligen beteiligten Studiengänge aus dem Gesamtmodulangebot des DHBW CAS frei gewählt werden. Dies fördert einerseits eine interdisziplinäre Horizonsweiterung, andererseits wird durch die erforderliche Genehmigung durch die Wissenschaftlichen Leitungen sichergestellt, dass die Modulbelegung nicht willkürlich erfolgt, sondern die individuell angestrebten Qualifikationsziele erreicht werden.

Generell erfolgt die Belegung von Studiengangmodulen und Wahlmodulen entsprechend der bereits erworbenen Kompetenzen und der persönlichen Kompetenzziele des*der Studierenden in Abstimmung mit der Wissenschaftlichen Leitung und der betreuenden Person beim Dualen Partner.

Ein Modul besteht aus fünf bis sechs Präsenztagen, die in der Regel auf zwei Blöcke (i.d.R. einmal pro Monat) verteilt sind. Die dazwischenliegende Zeit nutzen die Studierenden zum Nacharbeiten des vermittelten Stoffes und für dessen Umsetzung im Berufsalltag. 50 % der Veranstaltungen findet am DHBW CAS in Heilbronn, 50 % an den Standorten der DHBW in Baden-Württemberg statt.

Eine Besonderheit ist das **Modul „Fachübergreifende Kompetenzen“**. Es widmet sich mit seinen Seminaren zu Schlüsselkompetenzen gezielt der (Weiter-)Entwicklung der personalen und sozialen Kompetenzen der Studierenden. Das Modul ist verpflichtend für alle Studierenden der Fachbereiche Technik und Wirtschaft (mit Ausnahme des Studiengangs Steuern, Rechnungslegungen und Prüfungswesen).

Das Seminarangebot wird unterteilt in die drei Bereiche:

- Fakten vermitteln und Beziehungen gestalten
- Teams führen und Veränderungen gestalten
- eigene Ressourcen einsetzen und Persönlichkeit entwickeln

Aus diesem Angebot wählen die Studierenden entsprechend ihrer Vorkenntnisse und ihrer individuellen beruflichen Erfordernisse zwei Seminare aus. Das dritte Seminar fokussiert auf das Themenfeld der Kollegialen Beratung und wird von allen Studierenden absolviert. Die Theorieinhalte werden mittels interaktiver Methoden und in wechselnden Konstellationen (z.B. Plenum, Kleingruppen, Einzelarbeit) fallbezogen aufgearbeitet. Durch die fachbereichsübergreifende Zusammensetzung der Gruppen ergeben sich interdisziplinäre Perspektiven auf die Themen.

Eine große Bedeutung kommt der Umsetzung der Seminarinhalte in die Praxis und der Reflexion zu. Hierfür stellen die Studierenden Artefakte in ein Portfolio ein, zu dem sie sich bei Bedarf zusätzlich Feedback von Dozent*innen, Peers und/oder Ansprechpartner*innen aus dem beruflichen Umfeld einholen. Dabei wird angestrebt, ein elektronisches Portfolio einzuführen, um den Studierenden entsprechende Gestaltungsmöglichkeiten und Freiheiten bei den Formaten ihrer Artefakte geben zu können. Da sich das Modul je nach individueller Seminarwahl auf bis zu drei Semester erstrecken kann, ergibt sich für die Studierenden die Chance, das Portfolio als Entwicklungsportfolio zu gestalten, anhand dessen sie sich die Weiterentwicklung ihrer sozialen und personalen Kompetenzen bewusstmachen und einen ggfs. weiteren Lernbedarf im Sinne eines lebenslangen Lernens über das Studium hinaus gezielt decken können.

Bewertung:

Die Konsultationsgruppe erörtert, inwiefern verpflichtende Angebote zu digitalen Lehrinhalten insbesondere im Studiengang MDB aufgenommen werden sollten. Aus Sicht des Gutachters sollten grundlegende digitale Inhalte verpflichtend im Curriculum vorgesehen bzw. deutlicher herausgestellt werden, damit diese mit den angegebenen Qualifikationszielen übereinstimmen.

Ergebnis: Das Kriterium ist für beide Studiengänge erfüllt.

2.2.2 Mobilität

(§ 12, Abs. 1., Satz 4 StAkkrVO)

Dokumentation:

Auslandssemester oder die Belegung von Modulen im Ausland ist grundsätzlich möglich, wenn der Arbeitgeber dies unterstützt. Zudem bietet das DHBW CAS jährlich internationale Exkursionen für die Master-Studierenden an.

Bewertung:

Es wird anerkannt, dass in Dualen Studiengängen die Mobilität eine untergeordnete Rolle spielt. Dies wird bei Studierenden, die bei international agierenden Dualen Partnern beschäftigt sind, ausgeglichen, indem diese Auslandseinsätze fördern. Das DHBW CAS bietet darüber hinaus unter anderem im Rahmen des Moduls „International Business“ die Möglichkeit eines Auslandsaufenthaltes an und unterstützt die Studierenden in der Vorbereitung sowie Durchführung. Eine Notwendigkeit die Aktivitäten zu erweitern wird nicht gesehen.

Ergebnis: Das Kriterium ist für beide Studiengänge erfüllt.

2.2.3 Lehrpersonal und Ressourcenausstattung

(§ 12, Abs. 2-3 StAkkrVO)

Dokumentation:

Die Umsetzung des Master-adäquaten Curriculums wird (1) durch die aufbauorganisatorische Struktur am DHBW CAS, die die Leitung jedes Studienangebots durch eine*n Professor*in bzw. mehrere Professor*innen der DHBW vorsieht⁹, und (2) durch die Herkunft und Auswahl des Lehrpersonals sichergestellt.

So verfügt jeder Studiengang über eine Wissenschaftliche Leitung. Diese ist zuständig für die Entwicklung, die Pflege und das Qualitätsmanagement des Curriculums eines Studiengangs. Wissenschaftliche Leitungen werden hochschulintern, d.h. DHBW-weit ausgeschrieben, und nach Zustimmung durch den Senat von der*dem Leiter*in des DHBW CAS in der Regel für drei Jahre im Nebenamt bestellt.

Daneben tragen die Modulverantwortlichen die Verantwortung für die fachliche und wissenschaftliche Konzeption und das Qualitätsmanagement einzelner Module sowie die Gewinnung und Betreuung der

⁹ vgl. Satzung zur Regelung der Selbstverwaltungsaufgaben im Bereich des DHBW-Masters, einschließlich Erste Änderungssatzung, vom 13. Juni 2018

im Modul Lehrenden. Auch die Modulverantwortungen werden hochschulintern, d.h. DHBW-weit ausgeschrieben und ebenfalls für die Dauer von in der Regel drei Jahren im Nebenamt ernannt.

Die Dozierenden im bisherigen Studiengang Master in Business Management (MBM) rekrutieren sich zu 86 % aus Professor*innen der DHBW, zu 6 % aus Professor*innen anderer Hochschulen und zu 8 % aus externen, qualifizierten Lehrbeauftragten (Stand: WS 2018/19, eigene Auswertungen). Bei der Auswahl der Dozierenden am DHBW CAS wird die DHBW Präsidiums-Richtlinie für die Bestellung von Lehrbeauftragten an der Dualen Hochschule Baden-Württemberg in Bachelor- und Master-Studiengängen (Version 4.0 vom 19.06.2018) zu Grunde gelegt.

Die Master-Studierenden am DHBW CAS nehmen den hohen Anteil an Professor*innen und damit die fachliche und methodisch-didaktische Qualifikation des Lehrpersonals positiv wahr und würdigen diesen Aspekt in den Evaluationen.

Das quantitativ-summarische Bild bestätigt die Einschätzung der fachlichen und didaktischen Qualität der Lehre am DHBW CAS. Im Studienjahr 2018/19 erreichten die Lehrveranstaltungen im Fachbereich Wirtschaft im Hinblick auf die fachliche Kompetenz der Dozierenden einen Mittelwert von 1,4 (n=1.841, 5er Skala mit 1=sehr gut/völlig zutreffend und 5=sehr schlecht/völlig unzutreffend) und im Hinblick auf die Vermittlungsgüte der Dozierenden einen Mittelwert von 1,8 (n=1.838, gleiche Skalierung). In beiden Evaluationsdimensionen war der Modus „1“.

Ergänzend sei an dieser Stelle darauf hingewiesen, dass am DHBW CAS sämtliche Dozierenden, Lehrveranstaltungen und Module eines Studienjahrs evaluiert werden.

Weiterqualifizierungsmöglichkeiten im Bereich Lehre bestehen für Dozent*innen am DHBW-eigenen Zentrum für Hochschuldidaktik und lebenslanges Lernen (ZHL). Im Bereich Forschung kann das DHBW CAS auf das Support Center Forschung (SCF) im DHBW-Präsidium zugreifen. Das SCF bietet zusammen mit dem Forschungssupport an den DHBW-Standorten Information und Beratung für Forschung, Innovation und Transfer an.

Das DHBW CAS als zentrale Einrichtung der DHBW kann darüber hinaus für den Dualen Master auf die Labore und Einrichtungen aller DHBW Standorte zugreifen. Eine exemplarische Übersicht zu den verfügbaren Laboren und Einrichtungen der DHBW Standorte, die sowohl für Lehre wie auch für Forschung genutzt werden können, findet sich in den Rahmendokumenten zum Akkreditierungsantrag.

Beispielhaft illustrieren lässt sich die Verzahnung von Lehre, Forschung und entsprechenden Ressourcen am DHBW CAS mit dem Zentrum für Digitale Innovationen (ZDI) an der Studienakademie Ravensburg, das u.a. Studierende in der Anwendung von Software-Lösungen für Data Science und Künstliche Intelligenz unterstützt. Das ZDI wiederum wird getragen von Prof. Dr. Petra Radke, die am DHBW CAS als Wissenschaftliche Leiterin im zu akkreditierenden Studiengang Media and Data-driven Business im Nebenamt tätig ist, sowie von weiteren DHBW Professor*innen, die sich am DHBW CAS als Dozierende in einschlägigen Themenfeldern engagieren.

Der Vorteil dieses standortübergreifenden Konzeptes besteht darin, eigene Laborkapazitäten vor Ort in Heilbronn gering zu halten und sich dort auf EDV-Labore zu begrenzen, und zugleich die spezifischen Kompetenzen und Ausstattungen der DHBW-Standorte bestmöglich für das DHBW CAS zu nutzen.

Zugleich verfügt das DHBW CAS an seinem Sitz auf dem Bildungscampus in Heilbronn über architektonisch und technisch moderne Räumlichkeiten und eine den Studienbetrieb fördernde Gebäudesituation. Neben der Präsenzlehre ermöglicht das DHBW CAS in Form eigener Blackboard-Lizenzen aber auch „distance learning“-Formate.

Die Bibliothek des DHBW CAS ist eine „virtuelle Bibliothek“. Es gibt keinen Präsenzbestand, sondern ausschließlich elektronische Medien. Alle Masterstudierenden können das Angebot der Bibliothek nutzen. Die Medien des DHBW CAS sind Teil der Bibliothek LIV (Lernen – Informieren – Vernetzen) auf dem Bildungscampus in Heilbronn. Zur LIV gehören außerdem die Bibliotheken der DHBW

Heilbronn und der Hochschule Heilbronn. Die LIV verfügt über ca. 170.000 gedruckte Medien sowie ca. 140.000 E-Books und 50.000 E-Journals.

Letztlich ist zudem die Ensemble-Situation des Bildungscampus als Teil der Ressourcenausstattung des DHBW CAS zu würdigen. Durch die auf dem Bildungscampus ebenfalls ansässigen Einrichtungen wie die Technische Universität München (TUM), die französische Programmierschule 42, die Campus Founders, Institute von Fraunhofer IAO und Steinbeis-Stiftung, sowie der German Graduate School of Management and Law (GGS) sind Vernetzungsmöglichkeiten auf curricularer Ebene möglich und eröffnen transdisziplinäre und interorganisationale Perspektiven.

Bewertung:

Die Zusammenarbeit mit anderen Institutionen wird positiv hervorgehoben, da auch sie zur Erweiterung und Vertiefung der Kenntnisse beitragen. Es konnten Dozentinnen und Dozenten aus einschlägigen Medienstandorten für die Lehre gewonnen werden, die ihre Kenntnisse und ihr Erfahrungswissen an die Studierenden weitergeben.

Ergebnis: Das Kriterium ist für beide Studiengänge erfüllt.

2.2.4 Prüfungen

(§ 12, Abs. 4 StAkkrVO)

Dokumentation:

Die Prüfungsleistungen sind in der Studien- und Prüfungsordnung definiert. In den Modulbeschreibungen werden die Prüfungsleistungen und -formen festgelegt.

Die Prüfungsformen orientieren sich an den in der Modulbeschreibung definierten Qualifikations- und Kompetenzziele. Es gibt keine Teilprüfungen. Die Modulbeschreibungen geben den Studierenden eine zuverlässige und transparente Information über die zu erbringende Prüfungsleistung.

Die DHBW-internen Leitplanken zur Prüfungsgestaltung wurden berücksichtigt und alternative Prüfungsformen wie beispielsweise Referate (in DBM u.a. in den Modulen „Strategische Aspekte der Digitalen Transformation“ oder „Entwicklung digitaler Geschäftsmodelle“, in MDB u.a. in den Modulen „Design Thinking“ oder „User Centered Design“) und Portfolioarbeit (in DBM im Modul „Digitalisierung betrieblicher Wertschöpfungsprozesse“, in MDB u.a. im Modul „Analytics for Data-driven Business“) sind im Curriculum zu finden. Seminararbeiten (z.B. in DBM im Modul „eEntrepreneurship“ und in MDB im Modul „Strategy & Content“) runden das Portfolio an Prüfungsformen ab.

Die Prüfungsbelastung ist angepasst auf die berufsintegrierende Studienform. Die Klausuren finden i. d. R. in Klausurwochen statt. Dabei wird auf ausreichenden Abstand zwischen der letzten Präsenzveranstaltung und der Prüfung geachtet.

In die Endnote werden alle Modulnoten des Curriculums eingerechnet. Die Gesamtnote des Master-Studiums errechnet sich als Summe aller mit den jeweiligen ECTS-Leistungspunkten gewichteten Noten der Module geteilt durch die Gesamtzahl der in die Berechnung eingeflossenen ECTS-Leistungspunkten.

Bewertung:

Im Studiengang DBM ist bei den vorgesehenen Prüfungsformen die Fokussierung auf die Klausur sehr ausgeprägt. Hier sollte noch einmal überprüft werden, inwiefern die Kompetenzen über andere, auch gemischte, Prüfungsformen abgeprüft werden können. Eine ausgewogene Mischung ist entscheidend.

Im Studiengang MDB ist eine gute Mischung der Prüfungsformen vorgesehen.

Ergebnis: Das Kriterium ist für beide Studiengänge erfüllt.

2.2.5 Studierbarkeit

(§ 12, Abs. 5 StAkkrVO)

Dokumentation:

Das Master-Studium sieht den Erwerb von 90 ECTS-Leistungspunkten in der Regelstudienzeit von vier Semestern vor. Dabei entspricht ein ECTS-Leistungspunkt einer Arbeitsbelastung von 27 Stunden. Der Gesamtworkload beträgt damit 2.430 Stunden.

Zieht man hiervon die Synergieeffekte ab, die insbesondere bei den wissenschaftlichen Arbeiten mit je ca. 50 % des Workload angesetzt werden, kann von einer Arbeitsbelastung von 2.025 Stunden für das gesamte Studium ausgegangen werden. Bei 46 Arbeitswochen im Jahr stellt dies einen wöchentlichen Workload von 22h für das Studium dar. Bei einer empfohlenen Reduktion der Arbeitszeit auf 80 % (ausgehend von einer 38h-Woche), kommen zu den 22h für das Studium noch 30 Stunden für den Beruf hinzu. Die durchschnittliche Arbeitsbelastung aus Studium und Beruf liegt somit bei 52h/Woche für ein berufsintegriertes Studium. In den vergangenen Evaluationen zu Studium und Lehre wurde die durchschnittliche Arbeitsbelastung pro Woche für das Master-Studium im Durchschnitt mit circa 22h/Woche angegeben.

Die Studierbarkeit wird zudem durch folgende Rahmenbedingungen gesichert:

- Die Dualen Partner ermöglichen den Studierenden die Teilnahme an Präsenzveranstaltungen, Studienphasen, Prüfungen und weiteren Studienmaßnahmen. Dazu werden Gleitzeitregelungen, Freistellungen und andere betriebliche Arbeitszeitflexibilisierungsinstrumente genutzt.
- Die Präsenzveranstaltungen eines Moduls werden i.d.R. konzentriert in zwei Blöcken von jeweils zwei bis drei Tagen durchgeführt, zwischen denen drei bis sechs Wochen liegen, die für das Selbststudium genutzt werden.
- Die Dualen Partner verpflichten sich bei der Zulassung, den Studierenden insbesondere die Befassung mit berufspraktischen Untersuchungsgegenständen sowie die Einbindung in geeignete betriebliche Projekte und Prozesse zu ermöglichen sowie geeignete Problemstellungen und Untersuchungsgegenstände für die Masterarbeit anzubieten.
- Die Verteilung des Workload und die Prüfungsichte wird mit der Wissenschaftlichen Leitung bei der Gestaltung der individuellen Studienpläne festgelegt. Je nach persönlicher Arbeitsbelastung können die Studierenden die Studienintensität steigern oder reduzieren. Dies erfolgt durch Belegung von mehr oder weniger Modulen oder durch Verschieben von Prüfungsterminen.
- Die Studiendauer kann verlängert werden.

Bewertung:

Die Studierenden und Alumni sehen das Studium neben der beruflichen Tätigkeit als eine Herausforderung an, die bewältigt werden kann und auch auf spätere berufliche Situationen sehr gut vorbereitet. Die Herausforderung ist auch von der jeweiligen Reduktion der eigenen Arbeitszeit, der eigenen Organisation und der Unterstützung durch den Dualen Partner abhängig. Dies trifft auch auf die Anfertigung der Masterarbeit zu. Sowohl die Studierenden als auch die Alumni sehen die Möglichkeit, weiterhin berufstätig zu sein, als bedeutenden Vorteil an.

Der Gutachter weist auf die Wichtigkeit einer guten Balance zwischen Verbindlichkeit und Flexibilität hin, um die Studierbarkeit sicherzustellen, und gleichzeitig das Anforderungsniveau hoch zu halten. Er empfiehlt, die Chancen durch digitale Angebote, flexible Lehr- und Prüfungsformen sowie gute

Möglichkeiten der Reorganisation (verschieben der Prüfungen, ohne dass unendlich lange Studiendauern gefördert werden) verstärkt zu nutzen, um die Studierbarkeit weiter zu verbessern.

Ergebnis: Das Kriterium ist für beide Studiengänge erfüllt.

2.2.7 Besonderer Profilianspruch

(§ 12, Abs. 6 StAkkrVO)

Dokumentation:

Die Dualität im Sinne der Berufsintegration zeigt sich auf drei Ebenen im Master-Studiengang:

1. formale Ebene in Form von Zugangsvoraussetzungen,
2. konzeptionell-inhaltliche Ebene in Form der curricularen Gestaltung,
3. persönliche Ebene in Form der Studienkontexte der Studierenden.

Um ein Master-Studium am DHBW CAS aufnehmen zu können, sieht die Zulassungssatzung vor, dass in der Regel eine mindestens einjährige einschlägige Berufserfahrung nach dem ersten Studienabschluss gegeben ist, und die*der Studierende sich in einem Beschäftigungsverhältnis oder einer Selbstständigkeit befindet, welche einen fachlichen Bezug zum Master-Studium aufweist.

Der fachliche Bezug wird vor der Zulassung durch die Wissenschaftliche Leitung geprüft. Darüber hinaus wird eine Vereinbarung der*des Studierenden mit dem Dualen Partner abgeschlossen. Duale Partner müssen zunächst durch das DHBW CAS zugelassen werden. Im Zulassungsantrag verpflichten sie sich insbesondere dazu, die Verwendung von berufspraktischen Beispielen und Problemstellungen zu Studienzwecken und die Mitwirkung an geeigneten Projekten zu ermöglichen sowie geeignete betriebliche Problemstellungen für wissenschaftliche Arbeiten, insbesondere Masterarbeiten anzubieten und deren Bearbeitung zu unterstützen. Für die Masterarbeit wird ein*e Betreuer*in beim Dualen Partner bestellt. Bereits dadurch ist das Duale Prinzip der DHBW und eine systematische Verzahnung von Theorie und Praxis im Masterbereich sichergestellt.

Die curriculare Gestaltung trägt im Weiteren zur Dualität bei. Denn die wissenschaftlichen Arbeiten sollen stets einen Bezug zur Berufspraxis haben – in reziproker Art und Weise: So sieht ein Teil der wissenschaftlichen Arbeiten vor, dass Modelle, Methoden und Konzepte aus der Theorie auf spezifische praktische Sachverhalte angewandt werden und damit eine Überprüfung von theoretischen Erwartungen hinsichtlich ihrer praktischen Gültigkeit und Anwendbarkeit stattfindet. Der andere Teil der wissenschaftlichen Arbeiten geht von einem Impuls aus der Berufs- und Organisationspraxis der Studierenden aus, der mit Modellen, Methoden und Konzepten aus der Theorie weiterbearbeitet werden soll. Dieser empirisch-forschende Anspruch des Master-Studiums, der wissenschaftliche Rigorosität und praktische Relevanz verknüpft, findet seinen Höhepunkt in der Masterarbeit. Hier sind die Studierenden entsprechend des Dualen Prinzips dazu angehalten, eine anwendungsorientierte Problemstellung aus dem beruflichen und betrieblichen Alltag aufzugreifen und diese unter Nutzung von methodisch-analytischen Kompetenzen und Techniken einer Lösung zuzuführen, die für die jeweilige Organisation einen Erkenntnisfortschritt und wertschöpfende Innovation bedeuten.

Die Studierenden am DHBW CAS befinden sich nicht zuletzt durch ihre durchgängige Berufstätigkeit in einem besonderen Studienkontext, der die Integration von Theorie und Praxis nachhaltig im individuellen Studienverhalten verankert und den Austausch zwischen Studierenden verschiedener Branchen und Funktionen über berufliche Problemstellungen und die gemeinsame Reflexion möglicher, theoriebasierter Lösungen fördert. Das Veranstaltungskonzept in Form von seminaristischen Kleingruppen ermöglicht diesen Austausch. Das Selbststudium vor, zwischen und

nach den Theorieblöcken ist ein weiterer wesentlicher Bestandteil und erlaubt Rückkoppelungen zwischen Studieninhalten und berufspraktischer Tätigkeit.

Bewertung:

Der Theorie-Praxis-Transfer und der Praxis-Theorie-Transfer erfolgen angemessen. Die Studierenden werden am DHBW CAS durch die Wissenschaftliche Leitung und beim Dualen Partner durch die jeweiligen Betreuer*innen betreut.

Ergebnis: Das Kriterium ist für beide Studiengänge erfüllt.

2.3 Fachlich-Inhaltliche Gestaltung der Studiengänge - Aktualität

(§ 13, Abs. 1 StAkkrVO)

Dokumentation:

Der Studiengang **DBM** ist der Betriebswirtschaftslehre zugeordnet. Innerhalb dieser Disziplin widmet er sich dem Auf- bzw. Ausbau von Digitalisierungskompetenzen.

Der Studiengang greift aktuelle technologische Entwicklungen auf und diskutiert Konzepte der Internet-Ökonomie jeweils in Bezug auf vielfältige strategische und operative Fragestellungen der digitalen Transformation. So werden beispielsweise Güertypologien im Modul „Strategien der Digitalen Transformation“ behandelt. Weiterhin sind Merkmale elektronischer Märkte und zentrale internet-ökonomische Effekte (insbes. Netzwerkeffekt, Lock In-Effekt, Feedbackeffekt, War of Standards z.B. im Modul „Digital Innovation Management“) fachliche Inhalte des Studiengangs. Darüber hinaus finden Marktmodelle sowie ausgewählte technische Entwicklungen im Lichte der Internet-Ökonomie Eingang ins Curriculum.

Innerhalb der Betriebswirtschaftslehre widmet sich **MDB** den Funktionsbereichen Unternehmenskommunikation und Marktkommunikation und deren Veränderungen durch datengetriebene Geschäftsmodelle.

Bei der Vermittlung theoretischer fachspezifischer Inhalte wird ein relativistischer Ansatz gewählt: So werden systemtheoretische (St. Galler Modell), industrieökonomische-, institutionenökonomische- sowie kommunikationstheoretische Ansätze verwendet und durch Ansätze des Behavioral Economics ergänzt.

Durch eine enge personelle und organisatorische Verzahnung mit dem Zentrum für Digitale Innovationen (ZDI) an der DHBW Ravensburg wird ein fachwissenschaftlicher Bezug hinsichtlich verschiedener relevanter Anwendungsgebiete um den Themenkomplex der digitalen Innovationen sichergestellt. Digitale Innovationen werden in diesem Zusammenhang als Produkt-, Prozessinnovationen oder Geschäftsmodellinnovationen verstanden.

Die Anwendungsgebiete des ZDI finden sich in den technischen und datenaffinen Modulen (z.B. Information Systems for Data-Driven Business, Data Analytics für Data Driven Business, Strategy and Business Modelling) wieder. Für die Vermittlung des technischen Fachwissens nehmen Hands-on Labs einen großen Raum ein. Anhand praxisnaher Beispiele (z.B. Analyse von Social-Media Daten, Demonstration von Cloud-Infrastrukturen) sowie angeleiteter Tutorials erlernen die Studierenden sowohl den Umgang als auch die Grenzen der verwendeten Technik bzw. Analysemethodik. Durch die verwendete technische Infrastruktur wird des Weiteren ein nahtloser Übergang zwischen den Hands-On Labs der Präsenzphase und den Selbstlernphasen ermöglicht.

Das Zentrum für empirische Kommunikationsforschung (ZEK), ein weiteres Kompetenzzentrum an der DHBW Ravensburg, unterstützt Studierende und Lehrende fachwissenschaftlich und methodisch bei der wissenschaftlichen Untersuchung der Psychologie des Käuferverhaltens und der Kundenzufriedenheit, in den Bereichen der Zielgruppenforschung sowie bei Marken- und Imageanalysen. Darüber hinaus ermöglicht das Forschungslabor MediaLab, welches am ZEK angesiedelt ist, die Durchführung von Usability-Tests (z.B. von Websites, mobilen Endgeräten, Software) sowie innovativer und experimenteller Studiendesigns im Kontext der Medien- und

Werbewirkungsforschung (z.B. in den Modulen Media Research and Psychology, Experimental Media Research).

Zusätzlich besteht in beiden Studiengängen die Möglichkeit, jeweils aktuelle Themen in das Studiengangskernmodul „Kolloquium: Aktuelle Managementthemen“ aufzunehmen und durch die Studierenden bearbeiten zu lassen.

Bewertung:

Die in den Modulen festgelegten Studieninhalte sind aus fachwissenschaftlicher Sicht aktuell. Jedoch werden diese vor allem auf die nicht-technischen Inhalte fokussiert. Eine Stärkung der technischen Aspekte ist empfehlenswert. Aus den Modulbeschreibungen wird teilweise nicht eindeutig ersichtlich, wo die wissenschaftlichen Methoden in den einzelnen Modulen verankert sind. Daher bietet sich diesbezüglich eine entsprechende Klarstellung an.

Ergebnis: Das Kriterium ist für beide Studiengänge erfüllt.

2.4 Studienerfolg

(§ 14 StAkkVO)

Dokumentation:

Die Abbruchquoten der Studiengänge sind an der DHBW automatisiert in die Qualitätsberichte der Studiengänge integriert, so dass ein kontinuierliches Monitoring gewährleistet ist. Bei Auffälligkeiten werden die Hintergründe analysiert und adressiert.

Da es sich bei DBM um ein neues Studienangebot handelt, sind noch keine konkreten Daten verfügbar. In der Studienrichtung Medien und Marketing des Studiengangs Master in Business Management, aus der der Studiengang MDB heraus entwickelt wurde, beträgt die Erfolgsquote seit Gründung des DHBW CAS 2014 bis dato 94 %.

Bewertung:

Die Konsultationsgruppe unterstützt das bisherige Vorgehen.

Ergebnis: Das Kriterium ist für beide Studiengänge erfüllt.

2.5 Geschlechtergerechtigkeit und Nachteilsausgleich

(§ 15 StAkkVO)

Dokumentation:

Im Chancengleichheitsplan hat sich die DHBW zum Ziel gesetzt, die Chancengleichheit von Frauen und Männern durch Erhöhung der Frauenanteile an der DHBW und Verbesserung der Vereinbarkeit von Familie und Beruf durchzusetzen. Die Möglichkeit der Ausdehnung des Masterstudiums auf bis zu 10 Semester unterstützt eine flexible Studiengestaltung und ermöglicht so die Vereinbarkeit von Studium, Beruf und Familie.

Inklusion wird an der DHBW als Kern einer sozialen Verantwortung und damit als Teil des Bildungsauftrags der Hochschule verstanden. Aus diesem Grund existiert seit geraumer Zeit eine Arbeitsgruppe mit Vertreter*innen der Prüfungsämter der verschiedenen Standorte, Mitarbeiter*innen des Hochschulrechts, Vertreter*innen der Studienberatungen an den Standorten und dem

Beauftragten sowie seiner Stellvertreterin für Studierende mit Behinderungen und chronischen Krankheiten. Die Arbeitsgruppe hat sich zum Ziel gesetzt, das Thema Nachteilsausgleich über alle Standorte der DHBW einheitlich aufzustellen.

Für die Masterstudiengänge regelt überdies § 15 (3) der Studien- und Prüfungsordnung den Nachteilsausgleich. Demnach trifft das DHBW CAS angemessene Maßnahmen zum Ausgleich von glaubhaft nachgewiesenen Beeinträchtigungen der Studierenden. Als Ausgleichsmaßnahmen können insbesondere die Bearbeitungszeit angemessen verlängert, Ruhepausen, die nicht auf die Bearbeitungszeit angerechnet werden, gewährt, persönliche oder sächliche Hilfsmittel zugelassen werden oder eine gleichwertige Prüfungsleistung in einer anderen Form erbracht werden.

Die Wissenschaftlichen Leitungen sowie die Leiterin des Zulassungs- und Prüfungsamts des DHBW CAS beraten Studierende in besonderen Lebenslagen und besprechen Möglichkeiten zur Gestaltung des Studiums.

Bewertung:

Die Wissenschaftlichen Leitungen tragen Sorge dafür, dass die Konzepte zur Geschlechtergerechtigkeit und zur Förderung der Chancengleichheit von Studierenden in besonderen Lebenslagen umgesetzt werden.

Ergebnis: Das Kriterium ist für beide Studiengänge erfüllt.

Weitere Kriterien (der DHBW)

2.6 Evaluation und kontinuierliche Weiterentwicklung

Dokumentation:

Da es sich um ein neues Studienangebot handelt, sind noch keine Evaluationsdaten verfügbar. Die Studiengänge werden in die Standard-Evaluationen der DHBW und den Qualitätsberichtsprozess aufgenommen.

Regelmäßige Area Konferenzen werden organisiert.

Bewertung:

Die Konsultationsgruppe unterstützt das Vorgehen.

Ergebnis: Das Kriterium ist für beide Studiengänge erfüllt.

Der Prozess der DHBW zur Vergabe des Siegels des Akkreditierungsrates

Prozess der internen (Re-)Akkreditierung



Als systemakkreditierte Hochschule hat die DHBW in der „Satzung zur internen Akkreditierung von Studienangeboten an der DHBW“ einen hochschulweiten Prozess definiert, der sicherstellt, dass alle Studiengänge regelmäßig (spätestens alle acht Jahre) eine grundlegende Überprüfung ihrer Studiengangskonzepte und Curricula durchlaufen. Der Prozess der internen (Re-) Akkreditierung sichert dabei ab, dass die Standards und Leitlinien für die Qualitätssicherung im europäischen Hochschulraum (ESG), die Vorgaben der Lissabon-Konvention, die Empfehlungen der Kultusministerkonferenz (KMK) und des Wissenschaftsrats, die Akkreditierungsvorgaben der Studienakkreditierungsverordnung des Landes Baden-Württemberg sowie die definierten Qualitätsstandards der Hochschule umgesetzt werden. An der DHBW wurde hierfür im Referat Qualitätsmanagement und Akkreditierung die Fachstelle Akkreditierung eingerichtet, die alle internen Akkreditierungsprozesse begleitet.

Der Prozess der internen (Re-)Akkreditierung gliedert sich im Wesentlichen in vier Phasen:

1. Verfahrensaufakt und Antragstellung; bei neuen Studienangeboten Portfolioentscheidung

Zum Verfahrensaufakt findet ein Planungsgespräch zwischen dem für Akkreditierungsangelegenheiten zuständigem Präsidiumsmitglied, der betroffenen Fachkommission¹, den Antragstellenden sowie der Fachstelle Akkreditierung statt. Im Falle eines neuen Studienangebots wird geprüft, ob die beantragte Neuerung eine strategisch sinnvolle Ergänzung des Studienangebotsportfolios der DHBW darstellt. Nach einer entsprechenden Empfehlung der zuständigen Fachkommission und erfolgreicher Vorprüfung durch das Präsidium wird die Ergänzung des Portfolios dem Senat zur Beschlussfassung vorgelegt und das Einvernehmen des Aufsichtsrates eingeholt. Die Antragsstellenden erarbeiten die erforderlichen Unterlagen (Studiengangsbeschreibung, Modulhandbuch und weitere Dokumente),

¹Fachkommission: Gemäß den Vorschriften des Landeshochschulgesetzes wurde an der DHBW für jeden Studienbereich eine Fachkommission gebildet. Die Fachkommissionen der Studienbereiche Gesundheit, Sozialwesen, Technik und Wirtschaft sind insbesondere verantwortlich für die überörtlichen fachlichen Angelegenheiten der Bereiche. Ihre Empfehlungen dienen der Sicherung und Verbesserung der Qualität des Studiums und der Lehre sowie der Sicherung hochschulweit einheitlicher Standards einschließlich der Forschung. Zu den wesentlichen Aufgaben der Fachkommissionen gehören die Prüfung der Einrichtung neuer Studienangebote und die curriculare Weiterentwicklung.

wobei die hochschulweiten und studienbereichsspezifischen Vorgaben sowie ggf. vorab getroffenen Vereinbarungen berücksichtigt werden.

2. Konsultation

Die zuständige Fachkommission überprüft die vorgelegten Unterlagen und veranlasst gegebenenfalls erforderliche Überarbeitungen. Im Anschluss wird eine Konsultationskommission einberufen, die mit einer*in externen Gutachter*in sowie Personen folgender Interessengruppen besetzt ist: Leitung der zuständigen Unterkommission²², für das Studienangebot verantwortliche Studiengangsleitung bzw. Wissenschaftliche Leitung, ggf. Dekan*in, Lehrende, Duale Partner, Studierende und Alumni. Die Konsultationskommission trifft sich zu einer mehrstündigen Konsultationssitzung, um über das Studienangebot zu diskutieren und dieses einer strukturierten Prüfung anhand der Akkreditierungskriterien und der Qualitätskriterien der Hochschule zu unterziehen. Die Ergebnisse der Konsultationssitzung mit ggf. vorgeschlagenen Auflagen und /oder Empfehlungen werden im Akkreditierungsbericht festgehalten. Basierend auf den Anregungen der Konsultationskommission werden am Studienangebot eventuelle Nachbesserungen vorgenommen

3. Prüfphase

Die ggf. überarbeiteten Antragsunterlagen und die Ergebnisse aus der Konsultationsphase werden einer*in zweiten externen Gutachter*in vorgelegt. Die zweite Begutachtung wird auf Dokumentenbasis vorgenommen. Das Gutachten der Prüfphase gibt Auskunft, inwiefern unterschiedliche Qualitätsaspekte als erfüllt angesehen werden können und enthält im Bedarfsfall Auflagen und Empfehlungen zur Weiterentwicklung des Studienangebots.

4. Beschlussfassung der zentralen Gremien, Siegelvergabe

Die zuständige Fachkommission berät auf Basis der Antragsunterlagen, des Akkreditierungsberichts und den Ergebnissen der externen Begutachtung der Prüfphase, mit welchen Auflagen oder Empfehlungen das Studienangebot akkreditiert bzw. reakkreditiert werden soll und gibt hierzu eine Beschlussempfehlung an die zentralen Gremien der DHBW ab. Nach Beratung und Beschlussempfehlung durch das Präsidium entscheidet der Senat über den Akkreditierungsantrag. Wesentliche Änderungen im Zuge einer internen Reakkreditierung werden Senat und Aufsichtsrat zum Beschluss vorgelegt. Mit dem Beschluss des Senats über die Akkreditierung wird der Siegel des Akkreditierungsrates vergeben und im Anschluss eine Akkreditierungsbestätigung ausgestellt. Abschließend wird die Zustimmung des Wissenschaftsministeriums des Landes Baden-Württemberg zur Einrichtung des Studienangebots bzw. dessen Verlängerung beantragt.

Vgl: Kapitel 2.2: Qualitätshandbuch der Dualen Hochschule Baden-Württemberg, Juli 2018

² Unterkommission: Die Fachkommissionen Gesundheit, Technik und Wirtschaft der DHBW sind in Unterkommissionen organisiert. In den Unterkommissionen treten Studiengangsleitungen zusammen, die an den unterschiedlichen DHBW-Studienakademien im selben Studiengang oder in derselben Studienrichtung tätig sind und beraten über die angestrebten hochschulweiten Weiterentwicklungen des Studiengangs bzw. der Studienrichtung. Studiengangsleitungen sind Professor*innen mit besonderen Aufgaben. Die Unterkommissionen sind wesentlich an der Auswertung des Evaluationsergebnisses sowie im internen Akkreditierungsprozess beteiligt.