

Qualitätsbericht

Reakkreditierung des Studiengangs Sales and Marketing Management (M.A.)

des Fachbereichs Wiesbaden Business School der Hochschule RheinMain

Stand: 25.04.2023

Inhalt

1	Akkreditierungsbeschluss	3
2	Kurzprofil des Studiengangs.....	4
3	Prozess zur Siegelvergabe.....	5
4	Qualitätsbewertung	5
4.1	Begutachtung durch externe Experten	5
4.2	Kommission Qualitätssicherung.....	6
4.2.1	Formale Kriterien gemäß StakV.....	6
4.2.2	Fachlich-inhaltliche Kriterien gemäß StakV.....	6

1 AKKREDITIERUNGSBESCHLUSS

Der Studiengang Sales and Marketing Management mit dem Abschluss Master of Arts an der Hochschule RheinMain hat das interne Qualitätssicherungssystem der Hochschule RheinMain erfolgreich durchlaufen und wird unter Berücksichtigung der Regelungen des Studienakkreditierungsstaatsvertrags und ihrer Präzisierung über die Studienakkreditierungsverordnung des Landes Hessen (Beschluss vom 22.07.2019) **reakkreditiert**.

Die Akkreditierung wird für eine **Dauer von acht Jahren** ausgesprochen und ist gültig bis zum 30.09.2031.

Die Akkreditierung ist mit den unten aufgeführten Auflagen verbunden. Die Auflage ist innerhalb von 4 Monaten umzusetzen. Die Umsetzung ist schriftlich zu dokumentieren und der Prüfstelle Qualitätssicherung (PQS) der Hochschule RheinMain bis zum 31.03.2023 anzuzeigen.

Nachtrag: Die Auflage wurde fristgerecht erfüllt.

Auflage 1: Kohärenz Modulkonzept (Herkunft: Review Studiengang)

Für die Module "Industry Insights and Business Ethics", "Entrepreneurship" und "Growth Strategies" müssen Modulziele formuliert werden, die die konkreten Lernergebnisse der Studierenden beschreiben.

Es ist aufzuzeigen, ob und inwiefern die bisher nicht zugewiesenen Modulziele in "Product and Brand" und "Industry Insights and Business Ethics" zum Erreichen der Studiengangsziele beitragen. Tragen die Modulziele nicht zum Erreichen der Studiengangsziele bei, sind die Modulziele zu streichen.

Darüber hinaus wurden für die Weiterentwicklung des Studiengangs folgende Empfehlungen ausgesprochen:

Empfehlung 1: Prüfungsformen - Vielfalt – Kompetenzorientierung (Herkunft: Studiengangsbericht)

Es wird angeregt, die über den Prüfungsausschuss dokumentierten, tatsächlich zum Einsatz kommenden Prüfungsformen einmal jährlich an die Studiengangsleitung zur Analyse im Hinblick auf Vielfalt und Constructive Alignment weiterzuleiten, so dass sie daraus ggf. Anpassungen ableiten kann.

2 KURZPROFIL DES STUDIENGANGS

Basisdaten

	NEU	BISHER
Studiengangname:	Sales and Marketing Management	Sales and Marketing Management
Abschlussgrad:	M.Sc.	M.A.
Regelstudienzeit:	4 Semester	4 Semester
Credit-Points (CP):	120	120
Aufnahmezahl:	25	25
Aufnahmeturnus:	zum Winter- und Sommersemester	zum Winter- und Sommersemester
NC:	nein	nein
Zulassungsvoraussetzung:	<input type="checkbox"/> Berufserfahrung <input type="checkbox"/> Vorpraktikum <input checked="" type="checkbox"/> Mindestnote <input checked="" type="checkbox"/> Auswahlverfahren <input type="checkbox"/> Sonstige	<input type="checkbox"/> Berufserfahrung <input type="checkbox"/> Vorpraktikum <input checked="" type="checkbox"/> Mindestnote <input checked="" type="checkbox"/> Auswahlverfahren <input type="checkbox"/> Sonstige
Start:	Wintersemester	Jahreszahl 2023/24
Studiengangsleitung:	Prof. Dr. Mark Elsner	Prof. Dr. Mark Elsner <input type="checkbox"/>
	Prof. Dr. Tobias Heußler	Prof. Dr. Tobias Heußler
Studienform:	Vollzeit	Vollzeit
Ggf. bes. Profil:	Profil auswählen	Profil auswählen
Internationaler Studiengang:	nein	nein

3 PROZESS ZUR SIEGELVERGABE

Die Hochschule RheinMain hat einen 8-jährigen Qualitätszyklus etabliert, an dessen Ende die Reakkreditierung steht. Auf Basis regelmäßig durchgeführter Evaluationen und unter Beteiligung externer Expert:innen sowie interner Studierender entwickelt der Studiengang mit Unterstützung der Studienqualitätsentwicklung geeignete Maßnahmen zur Weiterentwicklung des Studiengangs.

Externe Expert:innen prüfen den Studiengang auf Erfüllung der fachlich-inhaltlichen Kriterien und weisen auf erforderliche und wünschenswerte Maßnahmen zur Weiterentwicklung hin, die noch vor der Akkreditierungsentscheidung umgesetzt werden können.

Die Prüfstelle Qualitätssicherung (PQS) leitet das Akkreditierungsverfahren ein. Sie prüft die formalen Kriterien und lässt eine erste Einschätzung zur Erfüllung der formalen und fachlich-inhaltlichen Prüfkriterien in eine Entscheidungsvorlage einfließen.

Die Kommission Qualitätssicherung (KQS) als unabhängiges hochschulinternes Gremium, das sich aus Akkreditierungsexpert:innen eines jeden Fachbereichs, Studierendenvertreter:innen, der Vizepräsidentin für Studium, Lehre und Internationales sowie der Leitung der PQS als beratendes Mitglied zusammensetzt, prüft und bewertet den Studiengang und trifft die finale Akkreditierungsentscheidung.

Am Verfahren im Rahmen der Reakkreditierung des Studiengangs Sales and Marketing Management wurden folgende externe Expert:innen beteiligt:

Fachwissenschaft

Prof. Dr. Bernhard Ostheimer
Prof. Dr. Simone Wies

Berufspraxis/Absolvent:innen

Jan Drechsel
Sascha Riedel

Studierende

Christopher Bohlens

Die Entscheidung über die Reakkreditierung des Studiengangs Sales and Marketing Management war Gegenstand der Sitzung der KQS am 22.11.2022.

4 QUALITÄTSMANAGEMENT

4.1 Begutachtung durch externe Expert:innen

Die externen Expert:innen begrüßten das neue Konzept des Studiengangs und waren überzeugt, damit den Anforderungen des Marktes zu entsprechen. Sie haben den Studiengang entlang der fachlich-inhaltlichen Kriterien gemäß StakV begutachtet. Dabei betrachteten sie 13 Kriterien als erfüllt. Für 3 Kriterien, die noch nicht als erfüllt angesehen wurden, schlugen die externen Expert:innen Maßnahmen zur Weiterentwicklung vor. Damit hat sich der Studiengang

auseinandergesetzt und reagiert, bevor die Akkreditierungsunterlagen der Kommission Qualitätssicherung zur Entscheidung vorgelegt wurden.

4.2 Kommission Qualitätssicherung

Die Kommission Qualitätssicherung hat sich abschließend mit dem Studiengang befasst und die Akkreditierung ausgesprochen. Mit der Akkreditierung sind Auflagen und Empfehlungen verbunden.

4.2.1 Formale Kriterien gemäß StakV

Die Prüfung der formalen Kriterien erfolgte auf der Grundlage der Studienakkreditierungsverordnung (StakV) Teil 2 Formale Kriterien für Studiengänge (§§ 3 – 10). Der Studiengang erfüllt die formalen Kriterien für Studiengänge.

4.2.2 Fachlich-inhaltliche Kriterien gemäß StakV

Die Bewertung der fachlich-inhaltlichen Kriterien erfolgte auf der Grundlage der Studienakkreditierungsverordnung (StakV) Teil 3 Fachlich-inhaltliche Kriterien für Studiengänge (§§ 11 - 13). Der Studiengang erfüllt die fachlich-inhaltlichen Kriterien für Studiengänge. Es wurden 1 Auflage und 1 Empfehlung ausgesprochen (s.o.).