

Akkreditierungsbericht

Studiengang

Medienmanagement & Digitales Marketing, B.A.

Berufsbegleitend

Düsseldorf, Hamburg, Köln, München, Wiesbaden, Online Campus

Fachbereich Wirtschaft & Medien

Stand: 12.02.2024

Inhaltsverzeichnis

Abkürzungsverzeichnis	3
Abbildungsverzeichnis	3
1. Akkreditierungsentscheidung des Präsidiums (Erstakkr)	4
2. Verfahrensablauf und Fachkommission	6
3. Rahmenangaben und Kurzprofil	7
3.1 Rahmenangaben	7
3.2 Kurzprofil des Studiengangs	7
4. Zusammenfassende Bewertung	8
5. Formale Kriterien (§§ 3 - 8 StakV) (ggf. 9)	9
6. Qualifikationsziele und Abschlussniveau (§ 11 StakV)	9
7. Schlüssiges Studiengangskonzept und adäquate Umsetzung (§ 12 und 13 StakV)	11
7.1 Curriculum (§ 12 Abs. 1)	11
7.1.1 Eingangsqualifikation	13
7.1.2 Studiengangsbezeichnung und Abschlussgrad	14
7.1.3 Didaktisches Konzept	15
7.1.4 Mobilität	16
7.2 Prüfungssystem (§ 12 Abs. 4)	17
7.3 Studierbarkeit (§ 12 Abs. 5)	18
7.3.1 Planbarer und verlässlicher Studienbetrieb	18
7.3.2 Arbeitsbelastung	19
7.3.3 Prüfungsorganisation und Prüfungsbelastung	20
7.4 Personelle Ausstattung (§ 12 Abs. 2)	21
7.5 Räumlich-sächliche Ressourcen (§ 12 Abs. 3)	22
7.6 Besonderer Profilanspruch (§ 12 Abs. 6)	23
7.7 Fachlich-inhaltliche Gestaltung (§ 13 StakV)	23
8. Studienerfolg (§ 14 StakV)	24
9. Geschlechtergerechtigkeit und Chancengleichheit (§ 15 StakV)	25

Abkürzungsverzeichnis

AZB W&M	Allgemeine Zulassungsbestimmungen für Studiengänge im Fachbereich Wirtschaft & Medien (gültig)
CP	Credit Points gemäß European Credit Transfer System (ECTS)
DS	Diploma Supplement
FB W&M	Fachbereich Wirtschaft & Medien
GO HSF	Grundordnung der Hochschule Fresenius vom 07.02.2022
HessHG	Hessisches Hochschulgesetz vom 14. Dezember 2021
IHK	Industrie- und Handelskammer
SPO AT	Studien- und Prüfungsordnung Allgemeiner Teil für die Studiengänge an der staatlich anerkannten, privaten Hochschule Fresenius im Fachbereich Wirtschaft & Medien vom 01.09.2020, zuletzt geändert am 01.09.2022 (in Kraft).
SPO BT	Studien- und Prüfungsordnung Besonderer Teil für die Bachelorstudiengänge an der staatlich anerkannten, privaten Hochschule Fresenius im Fachbereich Wirtschaft & Medien zuletzt geändert am 01.09.2023 (im Entwurf).
QMSL	Qualitätsmanagement Studium und Lehre
StakV Hessen	Studienakkreditierungsverordnung vom 22. Juli 2019 gem. Art. 4 (1-4) Studienakkreditierungsstaatsvertrag

Abbildungsverzeichnis

Abb. 01 – Modulübersicht/Kompetenzaufbau anhand der Modulgruppen	11
Abb. 02 - Prüfungsformen: Modulbezug und Kompetenzorientierung	17
Abb. 03 - Semesterstruktur des berufsbegleitenden Studiums mit digitalen und physischen Präsenzen	18
Abb. 04 – Prüfungsformen und Leistungszeiträume.....	20

1. Akkreditierungsentscheidung des Präsidiums

am 21.02.2024

Ressort	Studium & Lehre: QM und Akkreditierung
Beteiligte	QMSL-Kommission, Fachkommission
QMSL-Beschluss am	12.02.2024

1. Gegenstand

Erstakkreditierung des Studiengangs

Medienmanagement & Digitales Marketing (B.A.)

Berufsbegleitend

Düsseldorf, Hamburg, Köln, München, Wiesbaden, Online-Campus

Verfahrensnummer WM_2023_12

2. Begründung

Die QMSL-Kommission ist in ihrer Sitzung vom 12.02.2024 zu dem Schluss gekommen, dass der Studiengang **Medienmanagement & Digitales Marketing (B.A.)**, berufsbegleitend die formalen und die fachlich-inhaltlichen Kriterien für Studiengänge gem. StakV Hessen vom 22.07.2019 mit wenigen Ausnahmen erfüllt. Daher empfiehlt sie die Akkreditierung mit folgenden Auflagen:

Auflagen

- A.1 Zur Umsetzung des pauschalen Anrechnungsverfahrens für insgesamt 5 Module ist ein Anrechnungskonzept für die anzurechnenden Module nachzureichen, um die Gleichwertigkeit der anzurechnenden außerhochschulischen Kenntnisse und Fähigkeiten aus der IHK-Berufsausbildung mit den entsprechenden Studien- und Prüfungsleistungen darzulegen. (Vgl. Hess HG § 22 Abs. 6) **Frist: 30.06.2024.**
- A.2 Die Regelung des SPO AT § 5 (3) und der Workload der Semester 1 und 2 sind in Einklang zu bringen. (Vgl. SPO AT § 5 (3) i.V.m. StakV Hessen § 12 (5)) **Frist: 28.02.2025**

Bei den Auflagen handelt es sich um Mängel, die die Akkreditierungsentscheidung nicht tangieren.

Weiterentwicklungspotenzial besteht zu folgenden Aspekten:

- E.1 Angesichts der zunehmenden Internationalisierung der Branche empfiehlt die Fachkommission, Englisch stärker ins Curriculum zu integrieren, bspw. durch Englischkurse auf höherem Sprachniveau oder durch englischsprachige Module. (vgl. Kap. 7.1).
- E.2 Im Zuge der Weiterentwicklung des Studiengangs sollten mehr Inhalte/ggf. Module aus den Bereichen Informatik, technologische Entwicklungen sowie Innovationsmanagement integriert werden (vgl. Kap. 7.1).

E.3 Vor dem Hintergrund des Einsatzes von KI wird empfohlen, dem Bachelorarbeitskolloquium mehr Zeit und Credits zu geben, um ein zeitlich intensiveres Fachgespräch zu ermöglichen (vgl. Kap. 7.2).

Besonders positiv ist folgender Aspekt hervorzuheben:

P.1 Eine große Stärke des Studiengangs ist das gut durchdachte und umfassende curriculare Angebot, das gleichzeitig aber nie Gefahr läuft, in Beliebigkeit und „Alles-Könnertum“ zu verfallen, sondern immer auf Themen des Medien-Managements fokussiert bleibt. Dabei werden hochaktuelle Entwicklungen und Trends der Medienbranche integriert und den Absolvent:innen damit ein wissenschaftlich fundiertes Instrumentarium an die Hand gegeben, mit dem sie sich erfolgreich auf dem Arbeitsmarkt behaupten können. (Vgl. Kap. 4)

Grundlagen der von der QMSL-Kommission ausgesprochenen Beschlussempfehlung sind die **formale Prüfung** durch die QMSL-Kommission sowie die **fachlich-inhaltliche Prüfung** der eingesetzten externen Fachkommission.

3. Beschluss

Das Präsidium beschließt, den Bachelorstudiengang „Medienmanagement & Digitales Marketing“ (B.A.), berufsbegleitend für die Standorte Düsseldorf, Hamburg, Köln, München, Wiesbaden und den Online Campus mit zwei Auflagen vom 01.03.2024 bis zum 29.02.2032 erstmals zu akkreditieren.

2. Verfahrensablauf und Fachkommission

Der Studiengang wurde im Rahmen der Systemakkreditierung auf der Basis eines Peer-Review-Verfahrens hochschulintern unter Beteiligung externer Expert:innen begutachtet. Das Siegel des Akkreditierungsrates wird gemäß § 22 Abs. 4 Satz 1 der Studienakkreditierungsverordnung des Landes Hessen (StakV Hessen) vom 22.07.2019 durch das Präsidium der Hochschule verliehen.

Die Re/Akkreditierung wird in der Regel für den Zeitraum von acht Jahren ausgesprochen. Vor Ablauf des Geltungszeitraums ist eine Reakkreditierung einzuleiten. Die Qualitätssicherung der Studiengänge erfolgt während des Akkreditierungszeitraums fortlaufend über Evaluationen und Studierendenbefragungen, die der kontinuierlichen Qualitätsentwicklung in Studium, Lehre, Weiterbildung und Verwaltung dienen. Die Hochschule ist durch die erfolgte Systemreakkreditierung zur Durchführung des eigenen Qualitätssicherungsverfahrens gem. § 17 und 18 StakV berechtigt (Beschluss des Akkreditierungsrats vom 31.03.2023 bis 30.09.2029).

Der Fachkommission gehörten an:

	Namen der Gutachter	Fachliche Expertise
Externer Professor	Prof. Dr. Ralph Sonntag	Professor für Marketing, insbesondere multimediales Marketing; Rektor der HS Stralsund
Berufspraktiker	Christoph Sodemann	Journalist, Media- und Communication Manager, Inhaber von Getlinx & Media + Solutions Bremen
Externer Studierender	Julien Seid	Studierender Kommunikationswissenschaft (B.A.) an der Universität Hohenheim

QMSL-Prüferin

Manuela Paelchen-Herbst
Fachbereich Wirtschaft & Medien

3. Rahmenangaben und Kurzprofil

3.1 Rahmenangaben

Evidenzen: Selbstbericht, Studienverlaufsplan, Modulhandbuch, Prüfungsordnung Besonderer Teil

Fachbereich	Wirtschaft & Medien
Studiengangsbezeichnung	Medienmanagement & Digitales Marketing
Abschlussgrad	Bachelor of Arts
Credit Points (CP) gem. ECTS	180
Regelstudienzeit	7 Semester
Hinweis auf pauschale Anrechnungsverfahren	Studierenden mit einer kaufmännischen IHK-Ausbildung können 5 Module angerechnet werden.
Workload in h/CP	25
Durchführungsform	berufsbegleitend
Sprache	Deutsch
Geplante/r Durchführungsort/e	Düsseldorf, Hamburg, Köln, München, Wiesbaden, Online Campus
Geplanter Studienbeginn	01.03.2024
regelmäßiger Studienstart zum WiSe und/oder SoSe	Studienstart jeweils zum Wintersemester (September) und Sommersemester (März) möglich
Geplante Zulassungszahl (pro Kohorte und Standort)	Mind. 12, max. 40 Teilnehmer:innen
Akkreditierungsart	Erstakkreditierung

3.2 Kurzprofil des Studiengangs

Die **Zielgruppe** des berufsbegleitenden Studiengangs Medienmanagement & Digitales Marketing (B.A.) sind generell Interessent:innen mit Hochschulzugangsberechtigung, insbesondere aber (vollzeit-)berufstätige Studieninteressierte aus den Bereichen Medien und Marketing, die eine Ausbildung in der Kreativ- und Medienwirtschaft und/oder im kaufmännischen Bereich abgeschlossen haben und die sich beruflich weiterentwickeln möchten oder Berufstätige, die in einen der genannten Bereiche einsteigen wollen und aufgrund ihrer Berufstätigkeit zeitlich und/oder örtlich eingeschränkt sind.

Ziel des Bachelorstudiengangs Medienmanagement & Digitales Marketing, berufsbegleitend (B.A.) ist es, den Studierenden neben grundlegenden Fertigkeiten des Medienmanagements sowie Marketing- und Kommunikationskonzepten auch wissenschaftsmethodische Fertigkeiten zu vermitteln und diese durch berufsfeldbezogene praktische Anwendungen zu vertiefen. Der Studiengang vermittelt gezielt grundlegende Kenntnisse über die verschiedenen Mediengattungen und die kritische Einschätzung diesbezüglicher Potenziale der digitalen Transfor-

mation, sowie auch die analytische Einarbeitung in neue mediale Sachverhalte und das Entwerfen von Strategien und Geschäftsmodellen für Medienunternehmen. Ein wesentliches Lernziel ist es überdies, mittels medienwissenschaftlicher Methoden Marketing- und Kommunikationsstrategien konzipieren, planen und umsetzen zu können. Insbesondere zur Bewertung des Erfolgs solcher Marketing- und Kommunikationsstrategien gilt es dann, die quantitativen und qualitativen Methodenkenntnisse zielführend einzusetzen. Die Studierenden sollen nicht zuletzt ein Verständnis entwickeln für gesamtwirtschaftliche, branchenspezifische und rechtliche Einflussfaktoren auf die Entwicklung der Medien- und Digitalwirtschaft. Durch die Wahl eines Schwerpunkts bietet das Studium eine gewisse individuelle Ausrichtung. Das Curriculum zielt ferner im Rahmen der Persönlichkeitsbildung auf sachfachliche Diskursfähigkeit, Selbstorganisation und die Fähigkeit zur Mitgestaltung gesellschaftlicher Prozesse im demokratischen Gemeinwohl ab. Die abschließende Bachelorprüfung zielt auf die Befähigung zum kritischen Diskurs über ein eigenes studienfachbezogenes Forschungsvorhaben und zu dessen selbstständiger Bearbeitung nach wissenschaftlichen Methoden.

Besonderes Merkmal der berufsbegleitenden Durchführung ist, dass der Präsenzunterricht wahlweise in physischer Präsenz an einem der Standorte oder in digitaler Präsenz am Online Campus angeboten wird. Die Lehrveranstaltungen finden jeweils an zwei Abenden in der Woche sowie an jedem zweiten Samstag statt.

Der vorgestellte Studiengang ersetzt den bisherigen berufsbegleitenden Studiengang Medien- und Kommunikationsmanagement (B.A.), der eingestellt wird und schließt die entstandene Lücke im **Angebotsportfolio** der berufsbegleitenden Studiengänge in den Bereichen Medien, Marketing und Kommunikation.

4. Zusammenfassende Bewertung

Die Hochschule hat einen sehr gut konzipierten und sehr gut strukturierten Studiengang entwickelt, der mit seinem Lehr- und Lernprogramm auf hervorragende Weise die Bedarfe im modernen Medienmanagement abbildet. Mit dem zeitlich gestreckten Angebot eines berufsbegleitenden Bachelors erhalten Interessierte, die z.B. schon eine Ausbildung in der Medienbranche haben, die Möglichkeit neben ihrem Beruf eine wissenschaftliche Qualifikation für eine Management-Position im Mediensektor zu erwerben. Das Angebot reicht von klassischem betriebswirtschaftlichen und medienrechtlichen Grundlagen-Wissen bis zu hochaktuellen Aspekten des digitalen Marketing oder der Daten-Analyse. Mit diesem sehr breit angelegten Programm ist der Studiengang für die Studierenden anspruchsvoll und sicherlich als nebenberufliches Projekt eine herausfordernde Aufgabe. Die Studierenden erhalten dabei eine gute und systematische Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten.

Eine große Stärke des Studiengangs ist das gut durchdachte und umfassende Angebot, das gleichzeitig aber nie Gefahr läuft, in Beliebigkeit und „Alles-Könnertum“ zu verfallen, sondern immer auf Themen des Medien-Managements fokussiert bleibt. Dabei werden hochaktuelle Entwicklungen und Trends der Medienbranche integriert und den Absolvent:innen damit ein wissenschaftlich fundiertes Instrumentarium an die Hand gegeben, mit dem sie sich erfolgreich auf dem Arbeitsmarkt behaupten können.

Das sorgfältig gestaltete Curriculum zeichnet sich durch eine ausgewogene Kombination aus theoretischem Wissen und praxisorientierter Anwendung aus. Die Ausrichtung auf den aktuellen Stand der Forschung ist evident, und die Verbindung von wissenschaftlicher und beruflicher Befähigung wird überzeugend dargestellt. Das didaktische Konzept integriert die Studierenden wirksam in den Kompetenzvermittlungsprozess und berücksichtigt die besonderen

Anforderungen des berufsbegleitenden Studiengangs. Transparente Studiengangsunterlagen sowie klare Informationen zur Ressourcenausstattung und Prüfungskonzeption tragen zur Verlässlichkeit und Planbarkeit des Studienbetriebs bei.

Die Maßnahmen zur Qualitätssicherung und Studienerfolgsmessung sind schlüssig, und die Berücksichtigung von Geschlechtergerechtigkeit und Chancengleichheit wird deutlich. Insgesamt hinterlässt der Studiengang einen positiven Gesamteindruck, da er nicht nur fachliche Kompetenz fördert, sondern auch darauf abzielt, die Studierenden ganzheitlich zu qualifizieren und ihre individuelle Entwicklung zu unterstützen.

Entwicklungspotential wird inhaltlich hinsichtlich der Integration von Englisch sowie von informationstechnischen Themen, technologischen Entwicklungen sowie Innovationsmanagement gesehen. Vor dem Hintergrund des Einsatzes von KI wird empfohlen, dem Bachelorarbeitskolloquium mehr Zeit und Credits zu geben, um ein zeitlich intensiveres Fachgespräch zu ermöglichen.

5. Formale Kriterien (§§ 3 - 8 StakV)

Die formalen Prüfkriterien gem. § 3 bis 8 StakV Hessen hinsichtlich Studienstruktur und Studiendauer, Studiengangsprofil, Zugangsvoraussetzungen, Abschluss und Abschlussbezeichnung, Modularisierung und Leistungspunktesystem wurden durch die QMSL-Kommission geprüft und als erfüllt bewertet.

6. Qualifikationsziele und Abschlussniveau (§ 11 StakV)

Evidenzen: Selbstbericht, Diploma Supplement, Studien- und Prüfungsordnung - Besonderer Teil, Modulhandbuch, Ziele-Modul-Matrix

Die Beschreibungen der Kompetenzen, die Absolvent:innen des berufsbegleitenden Bachelorstudiengangs **Medienmanagement & Digitales Marketing** mit dem Studienabschluss erworben haben, sind hochschulinternen Festlegungen folgend als Qualifikationsprofil im Modulhandbuch sowie in englischer Übersetzung im Diploma Supplement dokumentiert. Die entsprechenden Studiengangsziele sind in der SPO BT_M dokumentiert.

Die Absolvent:innen des Bachelorstudiengangs „Medienmanagement & Digitales Marketing, B.A.“ verfügen über grundlegende Kompetenzen des Medienmanagements und über wissenschaftsmethodische Kompetenzen. Sie können die Vor- und Nachteile unterschiedlicher Mediengattungen gegeneinander abwägen und auch die Potentiale der digitalen Transformation kritisch abschätzen. Ihre Fähigkeit, sich analytisch mit neuen medialen Sachverhalten auseinanderzusetzen, dient ihnen auch zur Beurteilung von Strategien und Geschäftsmodellen von Medienunternehmen. Die Absolvent:innen sind insbesondere in der Lage, mit Hilfe medienwissenschaftlicher Methoden bei der Konzeption, Planung und Umsetzung von Marketing- und Kommunikationsstrategien mitzuwirken und den Erfolg derartiger umgesetzter Strategien mittels quantitativer und qualitativer Methoden zu bewerten.

Die Wahl eines Schwerpunkts erlaubt es den Absolvent:innen, einerseits fachliche Schwerpunkte zu setzen, andererseits ihre eigenen Vorlieben zu reflektieren und ihre Persönlichkeit im Rahmen der beruflichen Qualifizierung weiterzuentwickeln. Die Absolvent:innen verfügen über Moderationskompetenzen, um innerhalb von Teams den ei-

genen Standpunkt zu verdeutlichen und sind in der Lage andere Meinungen zu reflektieren und sich sachlich-argumentativ darüber auseinander zu setzen. Sie vermögen zudem, unter Berücksichtigung aktueller Trends gesellschaftliche Prozesse wahrzunehmen, diese aktiv mitzugestalten und sich für gesellschaftliche Werte einer freiheitlich-demokratischen Ordnung einzusetzen.

Die erworbenen Fertigkeiten des wissenschaftlichen Arbeitens befähigen die Absolvent:innen dazu, sich unter Anwendung erprobter und wissenschaftlich fundierter Methoden neues Wissen selbstständig anzueignen. Die so gewonnenen neuen Erkenntnisse können sie unter Anwendung geeigneter Präsentationstechniken gegenüber Dritten, ggf. auch in englischer Sprache, darlegen.

Berufsfelder der Absolvent:innen des Studiengangs „Medienmanagement & Digitales Marketing, B.A.“ sind:

- *Tätigkeit als Nachwuchsführungskraft in Unternehmen der Digitalwirtschaft (Google, Amazon, Facebook, Microsoft...)*
- *Managementaufgaben in Medienunternehmen: z.B. digitale Produktentwicklung, Programmsteuerung, Einkauf, Verkauf, Unternehmenskommunikation, Marketing*
- *Unternehmensberatung, insbesondere mit Fokus auf Marketing im Bereich der Digitalwirtschaft*
- *Selbstständigkeit, Gründung eines eigenen Start-ups*
- *Mitarbeit in der Unternehmenskommunikation, beispielsweise im Social-Media-Kampagnenmanagement*
- *Projektmanager:in in Agenturen (Kommunikationsagenturen, Eventagenturen, ...)*
- *Digitale:r Marketing Spezialist:in in Marketing-Abteilungen von Unternehmen*
- *Projektmanager:in /Redakteur:in für Video- und Filmproduktion in Marketingabteilungen (z.B. Produktvideos), der internen Kommunikation (z.B. Imagefilm) oder der externen Kommunikation (Social-Media Kampagne unter Einsatz von YouTube-Videos, Instagram-Stories, Facebook, ...)*

Den Absolvent:innen ist es darüber hinaus möglich, nach einem erfolgreichen Bachelorabschluss ein Masterstudium aufzunehmen.

Das Qualifikationsprofil ist kompetenzorientiert und klar formuliert. Es beinhaltet Angaben zur wissenschaftlichen und beruflichen Befähigung, die insbesondere auf den Erwerb von betriebs- und medienwirtschaftlichen Kenntnissen im Bereich Medien und Marketing mit Bezug auf eine angestrebte Management-Position Berufsfeld abzielen. Zugleich gibt es Auskunft über die Persönlichkeitsentwicklung, die sich u.a. in der Befähigung zum gesellschaftlichen Engagement widerspiegelt.

Die im Modulhandbuch integrierte Ziele-Modul-Matrix veranschaulicht den Beitrag der Module zu einzelnen Kompetenzbereichen, so das Fachwissen, Methodenkompetenz, Selbstkompetenz, Sozialkompetenz, wissenschaftliche Befähigung, berufsfeldbezogene Qualifikation und Persönlichkeitsentwicklung.

Die Fachkommission stellt fest, dass die zu erwerbenden Kompetenzen im Qualifikationsprofil überzeugend und spezifisch genug dargestellt sind. Das Profil betont sowohl theoretisches Wissen als auch praxisorientierte Fähigkeiten, um Absolvent:innen für vielfältige Aufgaben in der dynamischen Medienbranche optimal vorzubereiten. Mit insgesamt fünf Pflichtmodulen ab

dem 2. Semester nimmt die Vermittlung von wissenschaftlichem Arbeiten und Methodenkompetenz einen eher überdurchschnittlichen Raum ein. Insofern ist eine breite wissenschaftliche Qualifizierung sichergestellt. Das Profil berücksichtigt zudem in eigenständigen Modulen, wie „Kommunikation und Präsentation“, „Projektmanagement“, „Medien, Ethik und Gesellschaft“ sowie „CSR und nachhaltige Unternehmensführung“ nachvollziehbar Aspekte der Persönlichkeitsentwicklung und fördert die Befähigung zu gesellschaftlichem Engagement.

Damit sind für den Studiengang die Anforderungen gemäß § 11 StakV Hessen hinsichtlich der Qualifikationsziele und des Abschlussniveaus (Bachelor) erfüllt.

7. Schlüssiges Studiengangskonzept und adäquate Umsetzung (§ 12 und 13 StakV)

7.1 Curriculum (§ 12 Abs. 1)

Evidenzen: Selbstbericht, Studienverlaufsplan, Modulhandbuch

Die nachfolgende Abbildung 01 zeigt die Module der verschiedenen Kompetenzbereiche, die die Studierenden insbesondere im Pflichtbereich im Laufe des Studiums entwickeln.

1. Semester	2. Semester	3. Semester	4. Semester	5. Semester	6. Semester	7. Semester
Einführung in die Betriebswirtschaftslehre	Strategisches Medienmanagement	Digitales Marketing und Online Business	Medienpraxis	CSR und nachhaltige Unternehmensführung	Non-Fiction - Kommerzielle Formate	Digital Entrepreneurship und Innovationen
Buchführung und Kostenrechnung	Digitale Transformation	Marketing und Marktforschung	Praxisprojekt Gründung	Agenturmanagement und -steuerung	Schwerpunkt	Case Study: Angewandtes Digitales Marketing
Medien, Ethik und Gesellschaft	Medien- und Kommunikationspsychologie	Deskriptive und induktive Statistik	Data Science und Data Analytics	Social Media- und Content-Marketing		Bachelorkolloquium
Business Language Issues	Bürgerliches Recht	Handels-, Gesellschafts- und Arbeitsrecht	Medienrecht	Digitales Produktmanagement		Bachelorarbeit
Kommunikation und Präsentation	Kommunikationsmanagement	Projektmanagement	Empirische Forschungsmethoden	Medienökonomie		
Wissenschaftliches Arbeiten						

Legende: *

- Medienmanagement Module
- Wirtschaftswissenschaftliche Module
- Juristische Module
- Module für überfachliche Qualifikation
- Module für wissenschaftliche Methoden

* Schraffierte Module lassen sich mehreren Modulgruppen zuordnen

Abb. 01 – Modulübersicht/Kompetenzaufbau anhand der Modulgruppen

Im **ersten Semester** eignen sich die Studierenden grundlegendes betriebswirtschaftliches Wissen an, welches sie in den folgenden Semestern in den fachspezifischen Modulen auf Medienunternehmen übertragen, und erwerben überfachliche Kompetenzen im Bereich Kommunikation und Sprachen.

Im **zweiten Semester** verschaffen sich die Studierenden einen allgemeinen Überblick über das Themengebiet des Medien- und des Kommunikationsmanagements. Darüber hinaus erwerben sie Kenntnisse der Medien- und Kommunikationspsychologie sowie grundlegendes rechtliches Wissen und Kompetenzen über die Umsetzung digitaler Transformation. Erste wissenschaftliche Methoden erlernen die Studierenden in den Modulen „Wissenschaftliches Ar-

beiten“ (1. und 2. Semester), in dem es primär um die Anfertigung wissenschaftlicher Arbeiten geht, und im dritten Semester in „Deskriptive und induktive Statistik“. Diese Kenntnisse werden im vierten Semester im Modul „Empirische Forschungsmethoden“ zusammengeführt und vertieft.

Im **dritten Semester** eignen sich die Studierenden allgemeine Kenntnisse des Marketings und der Marktforschung an, die in entsprechenden Fachmodulen auf das digitale Marketing transferiert werden sowie in Projektmanagement. Juristisches Grundlagenwissen erwerben die Studierenden im Modul „Bürgerliches Recht“, welches in den Folgesemestern mit „Handels-, Gesellschafts- und Arbeitsrecht“ und „Medienrecht“ erweitert wird.

Ab dem **vierten Semester** können die Studierenden das bis zum dritten Semester erworbene Grundwissen vertiefen. Die Studierenden lernen die Prozessschritte der Produktion von audiovisuellen und Online-Medien kennen. Zudem erfolgt eine weitere Vertiefung der quantitativen Methoden durch methodische Ansätze des Data Science und Data Analytics. Darüber hinaus dient das „Praxisprojekt Gründung“ der Vertiefung und praktischen Einübung des im Laufe des Studiums erworbenen theoretischen Wissens.

Im **fünften Semester** erweitern die Studierenden ihre wirtschaftswissenschaftlichen Kenntnisse über volkswirtschaftliche Zusammenhänge im Modul „Medienökonomie“. Im fachspezifischen Modul „Social Media- und Content-Marketing“ erfolgt eine Vertiefung des Wissens im Bereich Marketing und Marktforschung auf den Bereich der Social-Media-Plattformen. Zudem erfolgt eine Erweiterung der Kenntnisse über das Prozessmanagement und die Prozessschritte auf den Bereich der Entwicklung von Online-Medien und digitalem Content. Des Weiteren erwerben die Studierenden Kenntnisse des Agenturmanagements. Darüber hinaus ist in diesem Semester ein interdisziplinäres Modul integriert, welches überfachliche Kompetenzen sowie Kompetenzen zum gesellschaftlichen Engagement vermittelt.

Im **sechsten Semester** wählen die Studierenden einen Schwerpunkt im Umfang von 20 CP. Zur Auswahl stehen „Digital und Social Media-Management“ und „Marketing-Management“. Daneben erweitern sie ihre Kompetenzen um Kenntnisse der kommerziellen Werbefilmproduktion im Modul „Non-Fiction – Kommerzielle Formate“.

Im **siebten Semester** absolvieren die Studierenden noch ein betriebswirtschaftliches und ein medienwirtschaftliches Modul zur Vertiefung und Verbreiterung der Kompetenzen im Medien- und Marketingmanagement, bevor sie in der zweiten Semesterhälfte das Studium mit der Bachelorarbeit sowie dem begleitenden Bachelorkolloquium abschließen.

Zahlreiche Module der Modulgruppen Wirtschaftswissenschaften, Recht, wissenschaftliche Methoden und überfachliche Kompetenzen werden im Verbund mit anderen berufsbegleitenden Studiengängen des Fachbereichs gelehrt und ermöglichen so einen interdisziplinären Austausch zwischen den Studierenden.

Die Fachkommission bestätigt, dass die Module inhaltlich gut aufeinander aufbauen und thematisch gut abgestimmt sind. Das Curriculum ist so strukturiert, dass es einen Lernpfad durch das jeweilige Fachgebiet bildet. Dies ermöglicht es den Studierenden, ihr Wissen schrittweise zu vertiefen und auf bereits erworbene Kompetenzen aufzubauen. Durch die sorgfältige Zusammenstellung von Lehrveranstaltungen innerhalb jedes Moduls werden thematische Zusammenhänge geschaffen, die den Studierenden ermöglichen, ein umfassendes Verständnis für die komplexen Anforderungen dieser Branche zu entwickeln. Das Curriculum zielt darauf ab, den Studierenden ein breites Spektrum an Kompetenzen zu vermitteln, die durch die Wahlmöglichkeiten individualisierbar sind. Insgesamt ermöglicht die Abstimmung der ver-

schiedenen Kompetenzebenen innerhalb des Curriculums den Studierenden, ein ganzheitliches Profil zu entwickeln. Dies qualifiziert sie nicht nur für eine erfolgreiche Karriere im Bereich Medienmanagement und digitales Marketing, sondern bereitet sie auch darauf vor, flexibel auf neue Entwicklungen in der Branche zu reagieren. Die Fachkommission begrüßt den im laufenden Verfahren vorgenommenen Austausch englischsprachiger gegen deutschsprachige Literatur in zwei Modulen, um sprachlich weniger Vorgebildete nicht etwa zu benachteiligen. Zugleich empfiehlt sie, angesichts der zunehmenden Internationalisierung der Branche Englisch stärker ins Curriculum zu integrieren, bspw. durch Englischkurse auf höherem Sprachniveau oder durch englischsprachige Module. (**Empfehlung 1**)

Im Zuge der Weiterentwicklung des Studiengangs sollten mehr Inhalte/ggf. Module aus den Bereichen Informatik, technologische Entwicklungen sowie Innovationsmanagement integriert werden. (**Empfehlung 2**)

Insgesamt bescheinigt die Fachkommission dem vorliegenden Curriculum, dass es die Lernziele und Lehrinhalte in Bezug auf das Qualifikationsprofil plausibel und auf dem aktuellen Stand der Forschung und Wissenschaft umzusetzen vermag. Damit erfüllt das Curriculum die fachlich-inhaltlichen Anforderungen an ein schlüssiges Studiengangskonzept und dessen adäquate Umsetzung gem. § 12 Abs. 1 StakV Hessen.

7.1.1 Eingangsqualifikation

Evidenzen: Studien- und Prüfungsordnung - Allgemeiner und Besonderer Teil, Zulassungsbestimmungen, Selbstbericht, Anerkennungsregeln und -prozesse

Zugangsvoraussetzungen und Zulassungsbedingungen

Der Hochschulzugang zu einem grundständigen Bachelorstudiengang richtet sich laut § 7 (1) SPO AT nach den Regelungen des Landes Hessen. Die Allgemeinen Zulassungsbestimmungen (AZB) des Fachbereichs Wirtschaft & Medien an der Hochschule Fresenius (i. d. F. vom 01.01.2022) fordern als wesentliche Zulassungsvoraussetzung zum Studium unter § 1 den Nachweis einer Hochschulzugangsberechtigung; zudem sollen Bewerber:innen um einen Studienplatz in einem Bachelor-Studiengang gemäß § 2 (4) an einem persönlichen Informations- und Beratungsgespräch teilnehmen, das i.d.R. im Rahmen eines Aufnahmetages stattfindet. In der SPO BT sind keine weiteren studiengangsspezifischen Zulassungsbestimmungen für den beantragten Studiengang festgehalten. Es kann somit festgestellt werden, dass die formalen Anforderungen aus § 60 HessHG erfüllt sind.

Die Fachkommission stellt fest, dass zu erwarten ist, dass Studienanfänger:innen auf Basis der erwarteten Eingangsqualifikationen zu einem Studium auf Bachelorniveau in der Lage sind. Die Module bzw. fachlichen Cluster sind so gestaltet, dass auch eine fachliche heterogene Gruppe von Studierenden gut in das Stoffgebiet eingeführt wird. Gerade auch im 1. Semester wird im Rahmen von Einführungsmodulen eine entsprechende gemeinsame Basis gelegt.

Die fachinhaltlichen Akkreditierungsanforderungen bzgl. der Zulassungsbedingungen, Zugangsvoraussetzungen und des Aufnahmeverfahrens im Hinblick auf die Erreichbarkeit der Qualifikationsziele unter Berücksichtigung der festgelegten Eingangsqualifikationen nach § 12 Abs. 1 StakV Hessen sind erfüllt.

Anerkennungs-/Anrechnungsregelungen

Die Regelungen zur Anerkennung von extern erworbenen Kompetenzen sind in § 17 (1) der SPO AT verankert und entsprechen insgesamt der Lissabon-Konvention, den Erfordernissen

von § 22 (5) HessHG sowie den einschlägigen Vorgaben der StakV Hessen bzw. des Studienakkreditierungsstaatsvertrags. Die Regelungen schaffen somit auch die formalen Rahmenbedingungen zur Förderung studentischer Mobilität entsprechend § 12 (1) Satz 4 StakV Hessen.

Anrechnungsregelungen für außerhalb des Hochschulbereichs erworbene Kompetenzen, die die Vorgaben von § 22 (6) HessHG umsetzen, sind in § 17 (2) SPO AT verankert. Demnach werden außerhalb des Hochschulbereichs erworbene Kompetenzen im Umfang von maximal 50 Prozent der in einem Studiengang vorgesehenen Credit Points auf Antrag angerechnet, wenn die Kompetenzen Teilen des Studiums „nach Inhalt und Niveau gleichwertig“ sind. Anerkennungen und Anrechnungen erfolgen gemäß § 17 (4) SPO AT in der Regel auf Modulebene.

Ein pauschales Anrechnungsverfahren für Bewerber:innen mit einer abgeschlossenen kaufmännischen Ausbildung wird in § 5 (2 und 3) SPO BT geregelt. Demzufolge werden Bewerber:innen, die über einen Abschluss der IHK in einem kaufmännischen Ausbildungsberuf verfügen, auf Antrag folgende 5 Module pauschal angerechnet: „Einführung in die Betriebswirtschaftslehre“, „Buchführung und Kostenrechnung“, „Medien, Ethik und Gesellschaft“, „Praxisprojekt Gründung“ und „Kommunikation und Präsentation“. Die Modalitäten der Anrechnung von Kompetenzen sind zwar in der SPO AT § 17 grundsätzlich geregelt; ein Anrechnungskonzept zur Überprüfung der Kriterien für die vorliegende studiengangsbezogene pauschale Anrechnung auf Modulebene lag jedoch zum Verfahrensabschluss noch nicht vor.

Zur Umsetzung des pauschalen Anrechnungsverfahrens für insgesamt 5 Module ist ein Anrechnungskonzept für die anzurechnenden Module nachzureichen, um die Gleichwertigkeit der anzurechnenden außerhochschulischen Kenntnisse und Fähigkeiten aus der IHK-Berufsausbildung mit den entsprechenden Studien- und Prüfungsleistungen darzulegen. (Vgl. Hess HG § 22 Abs. 6) Frist: 30.06.2024 (**Auflage 1**)

Die Fachkommission schließt sich dieser Bewertung an.

Die Anforderungen hinsichtlich der Anerkennung und Anrechnung hochschulischer Kompetenzen gemäß § 12 Abs. 1 StakV Hessen i. V. m. § 22 Abs. 5 HessHG sind erfüllt.

Eine Bewertung, ob die Kriterien des pauschalen Anrechnungsverfahrens gemäß § 22 Abs. 6 HessHG angemessen sind, ist auf Grundlage der vorgelegten Informationen noch nicht möglich. Die Anforderungen hinsichtlich § 22 Abs. 6 HessHG sind daher nicht erfüllt.

7.1.2 Studiengangsbezeichnung und Abschlussgrad

Evidenzen: Selbstbericht, Studien- und Prüfungsordnung - Allgemeiner und Besonderer Teil

Die Studiengangsbezeichnung „Medienmanagement & Digitales Marketing“ und der Abschlussgrad „Bachelor of Arts“ sind in § 1 und 3 SPO BT dokumentiert

Die Fachkommission bestätigt, dass die Studiengangsbezeichnung und der Abschlussgrad angemessen und stimmig auf Curricula und Qualifikationsziele bezogen sind. Die Studiengangsbezeichnung entspricht dem Profil des Studiengangs und spiegelt präzise die Schwerpunkte des Studiengangs wider, der sich auf die Bereiche Medienmanagement und Digitales Marketing konzentriert. Diese klare Benennung erleichtert es Studierenden und externen Interessenten, die Schwerpunkte und Inhalte des Programms zu verstehen. Die Inhalte und die damit erworbenen Kompetenzen begründen den akademischen Abschluss Bachelor of Arts.

Die Studiengangsbezeichnung und der Abschlussgrad erfüllen jeweils die Anforderungen aus § 12 Abs. 1 Satz 2 StakV Hessen in Bezug auf die Angemessenheit und Stimmigkeit zum Studiengangskonzept.

7.1.3 Didaktisches Konzept

Evidenzen: Didaktisches Konzept, Modulhandbuch

Aus den Zielen der Hochschule Fresenius hat der Fachbereich Wirtschaft & Medien ein didaktisches Konzept für die Bachelorstudiengänge abgeleitet, das zusammen mit einer Beschreibung der Umsetzung als Anlage zur Selbstdokumentation dargelegt wurde.

Das didaktische Konzept des Fachbereichs Wirtschaft & Medien berücksichtigt die hochschulisch formulierten Ansprüche und Vorgaben des Leitbildes der Hochschule Fresenius sowie des Leitbildes Lehre vom März 2020. Demzufolge sind die Lernergebnisse, Lehr-/Lernformen und Prüfungsformen innerhalb einzelner Module und über einen ganzen Studiengang hinweg aufeinander abgestimmt. Das didaktische Konzept der Präsenzstudiengänge teilt den Workload auf vier Bereiche auf: synchrone Kontaktzeit Präsenz, synchrone Kontaktzeit online, angeleitetes Selbststudium und (individuelles) Selbststudium. Wie hoch der Anteil der einzelnen Bereiche ist, hängt von dem im Qualifikationsprofil beschriebenen Kompetenzaufbau ab.

Kontaktzeit (Präsenz und online): Der Fokus liegt auf dem diskursiven Austausch zwischen Dozierenden und Studierenden. Es erfolgt ein planvoller Wechsel zwischen Wissens- und Kompetenzvermittlung. Hierzu zählen u.a. Vorlesungen, Übungen, Seminare/Webinare.

Angeleitetes Selbststudium: Umfasst konkrete Lern- und Arbeitsaufträge der Dozierenden, die selbstorganisiert durch die Studierenden durchgeführt werden und worauf die Reflexion der Ergebnisse folgt. Inhalte und Materialien werden über die hochschuleigene Online-Lernplattform ILIAS bereitgestellt. Das angeleitete Selbststudium umfasst bereitgestellte Unterrichtsmaterialien (E-Lectures, Lehrvideos), weiterführende Literatur, Übungen oder Online-tests zur Selbstreflexion und Lernfortschrittskontrolle sowie die Vergabe kleinerer Arbeitsaufträge zur Vorbereitung auf Präsenzveranstaltungen. Darüber hinaus bietet das angeleitete Selbststudium in Verbundmodulen die Möglichkeit, studiengangsspezifische Besonderheiten zu berücksichtigen.

(Individuelles) Selbststudium: individuelle Aufarbeitung von Inhalten der Kontaktzeit, schließt die individuelle Prüfungsvorbereitung mit ein.

Durch dieses didaktische Konzept wird der Zugang zum Hochschulstudium erleichtert sowie ein hoher Grad an Individualisierung und Flexibilisierung ermöglicht. Die enge Verzahnung von Kontaktzeit und angeleitetem Selbststudium ermöglicht flexible Lernmodelle und fördert das selbstgesteuerte Lernen. So soll die individuelle Förderung jedes einzelnen Studierenden ermöglicht werden, die die verschiedenen Lerntypen und -tempi berücksichtigt. Um das Ziel der praxisnahen Wissens- und Kompetenzvermittlung zu unterstützen, werden Gastvorträge, Exkursionen und Projekte mit Praxispartnern der Hochschule in die Lehre integriert. Dies kann entweder modulbezogen oder über öffentliche Vorträge im Fachbereich Wirtschaft & Medien erfolgen.

Die Umsetzung des didaktischen Konzeptes im vorliegenden Studiengang berücksichtigt die Entwicklung der Inhalte vom Allgemeinen zum Speziellen. So werden die betriebswirtschaftlichen, methodischen und fachbezogenen Grundlagen in den ersten Semestern durch digitale Elemente mit einem erhöhten Maß an Anleitung und Unterstützung vermittelt. Diese Grundlagen werden in den Folgesemestern spezifiziert und münden in der anwendungsbezogenen

Bearbeitung von Projekten und praktischen Arbeiten. Um in der Kontaktzeit diskursive Formate zu ermöglichen und Raum für die kritische Reflexion zu schaffen, wird die Wissensvermittlung vermehrt in das angeleitete Selbststudium überführt. Durch ein intensiv genutztes Selbststudium und entsprechend kürzere Präsenzphasen haben die Studierenden zeitliche Flexibilität, um sich auf die Abschlussarbeit vorzubereiten. Darüber hinaus führt die verstärkte Nutzung virtueller Klassenräume die Studierenden gezielt an digitale Kollaborations- und Kommunikationstools heran, womit überfachliche Kompetenzen gefördert und ausgebildet werden.

Die Fachkommission konstatiert, dass das beschriebene didaktische Konzept ein breites Spektrum von Methoden anbietet, mit denen die Studierenden in den Prozess der Kompetenzvermittlung einbezogen werden. Die unterschiedlichen Module zeichnen sich durch eine große Methodenvielfalt aus, die insbesondere auch durch Case Studies und Bearbeitung von konkreten Fällen in Projektbeschreibungen auf das spätere Berufsleben vorbereiten. Insofern wird durch das didaktische Konzept die Kompetenzvermittlung auf hervorragende Weise unterstützt. Begleitend zu den Modulen gibt es darüber hinaus explizit Betreuungs- und Beratungsangebote für die Studierenden, so dass ein erfolgreiches Studieren entsprechend unterstützt wird.

Die Fachkommission stellt fest, dass die inhaltlichen Anforderungen gemäß § 12 Abs. 1 StakV Hessen betreffend vielfältige sowie an die Fachkultur und an das Studiengangsformat angepasste Lehr- und Lernformen in vollem Umfang erfüllt sind.

7.1.4 Mobilität

Evidenzen: Studienverlaufsplan, Modulhandbuch, Selbstbericht

Der Studienverlaufsplan weist zwar kein Mobilitätsfenster aus, gleichwohl bestehen im Einklang mit § 12 (1) StakV Hessen geeignete Rahmenbedingungen, die einer Mobilität prinzipiell förderlich sind: Zum einen werden Kompetenzen aus anderen Hochschulen bei nicht wesentlichen Unterschieden gemäß der Lissabon Konvention anerkannt (vgl. § 17 (1) SPO AT); zum anderen können – bis auf das Modul „Wissenschaftliches Arbeiten“, das sich über Semester 1 und 2 erstreckt – alle Module innerhalb eines Semesters abgeschlossen werden.

Darüber hinaus ist es allen Studierenden im Fachbereich freigestellt, im Rahmen des Freemoover- oder ERASMUS+ Programms ein Semester im Ausland zu studieren. Umfangreiche Informationen und Unterstützung bietet das Team International Studies persönlich und durch Informationen auf der Homepage der Hochschule (<https://international.hs-fresenius.de/>). Zudem beraten auch alle Studiengangsleitungen der Hochschule Fresenius die Studierenden individuell und jederzeit zu möglichen Auslandsaufenthalten.

Die Fachkommission sieht die Rahmenbedingungen für Studienaufenthalte an anderen Hochschulen ohne Zeitverlust als gegeben an, wenngleich aufgrund des berufsbegleitenden Formats Auslandsstudien vermutlich selten nachgefragt werden. Durch die Möglichkeit des On-line-Studiums werden Auslandsaufenthalte zusätzlich unterstützt.

Aus Sicht der Fachkommission erfüllt die Modulstruktur grundsätzlich die Mobilitätsanforderungen gemäß § 12 Abs. 1 Satz 4 StakV Hessen.

7.2 Prüfungssystem (§ 12 Abs. 4)

Evidenzen: Selbstbericht, Studien- und Prüfungsordnung - Allgemeiner und Besonderer Teil (rechtskräftig), Studienverlaufsplan, Modulhandbuch

Die Studien- und Prüfungsordnung – Allgemeiner Teil legt mögliche schriftliche und mündliche Formen der Lernergebniskontrolle fest, die ein kompetenzorientiertes Prüfen ermöglichen. In den dortigen Definitionen sind die Mindestanforderungen und -vorgaben für die jeweilige Prüfungsform beschrieben. Detaillierte Informationen zu den formalen und inhaltlichen Anforderungen finden sich innerhalb der Modulbeschreibungen. Darüber hinaus sind die Anforderungen und Bewertungskriterien für Portfolioprüfungen in zugehörigen Leitfäden definiert, auf die in der jeweiligen Modulbeschreibung verwiesen wird.

Zum Einsatz kommen folgende Prüfungsformen:

Fachsemester	Prüfungsleistungen (PL)						Summe PL
1	Klausur	Klausur	Wiss. Hausarbeit	Wiss. Hausarbeit	Referat		5
2	Klausur	Klausur	Klausur	Klausur	Wiss. Hausarbeit	Wiss. Hausarbeit	6
3	Klausur	Klausur	Klausur	Klausur	Projektarbeit		5
4	Klausur	Take-Home-Klausur	Projektarbeit	Projektarbeit	Projektarbeit		5
5	Klausur	Klausur	Portfolio	Fallstudie	Klausur + Präsentation		6
6	Prakt. Arbeit + Projektbericht	Schwerpunkt: 4 Prüfungsleistungen (je nach gewähltem Modul: Klausur, Präsentation, Projektarbeit, Wiss. Hausarbeit)					6
7	Projektarbeit	Präsentation		Kolloquium	Bachelorarbeit		4

Abb. 02 - Prüfungsformen: Modulbezug und Kompetenzorientierung

Entsprechend den Anforderungen des Fachs findet sich eine breite Varianz der Prüfungsformen. Klausuren stellen einen großen Anteil an Prüfungsleistungen; sie werden jedoch ergänzt durch wissenschaftliche Hausarbeiten, Praktische Arbeiten, Projektarbeiten und Fallstudien, mündliche Prüfungen und Portfolio. So ist gewährleistet, dass auch wissenschaftliche Argumentation sowie anwendungsbezogene Transferaufgaben und akademisch-diskursive Prüfungskomponenten bewältigt werden.

Am Mix der Prüfungsleistungen lässt sich zudem die Professionalisierung im praxis- und projektfokussierten Studien- und späteren Arbeitsfeld ablesen. Klausuren und Referate, die termingebundene und somit restringierende Prüfungsleistungen darstellen, weichen mit fortschreitender Studiendauer dem der berufsbegleitend studierenden Zielgruppe angemessenen wachsenden Fokus auf selbstständige Aufgabenerledigung in praktischen und Projektarbeiten.

Die Bachelorarbeit und das Bachelorkolloquium sind in § 8 und 9 SPO BT inhaltlich beschrieben und geregelt. Der Kolloquium dient Begleitung der Bachelorarbeit und soll erweisen, dass die Studierenden in der Lage sind, insbesondere ihr Forschungsvorhaben auf klare und eindeutige Art und Weise zu präsentieren und sich auf wissenschaftlichem Niveau auszutauschen.

Die Fachkommission sieht die Prüfungskonzeption grundsätzlich als gut gelungen und zur Überprüfung der jeweils angestrebten Lernergebnisse geeignet, wenngleich der Klausuranteil mit 50% recht groß bewertet wird. Gleichzeitig wird der Mix an weiteren Prüfungsformen, wie Projektarbeiten, Praktischen Arbeiten und Fallstudien begrüßt, der geeignet ist, auf die spätere Berufstätigkeit vorzubereiten. Vor dem Hintergrund des Einsatzes von KI wird empfohlen, dem Bachelorarbeitskolloquium mehr Zeit und Credits zu geben, um ein zeitlich intensiveres Fachgespräch zu ermöglichen. (**Empfehlung 3**)

Die Fachkommission konstatiert, dass die Vorgaben gemäß § 12 Abs. 4 StakV Hessen erfüllt sind, da die Prüfungen insgesamt gesehen geeignet erscheinen, um die angegebenen Lernergebnisse kompetenzorientiert und modulbezogen abzuprüfen.

7.3 Studierbarkeit (§ 12 Abs. 5)

Evidenzen: Selbstbericht, Studien- und Prüfungsordnung - Allgemeiner und Besonderer Teil, Studienverlaufsplan, Modulhandbuch

7.3.1 Planbarer und verlässlicher Studienbetrieb

Für den planbaren Studienbetrieb wird den Studierenden der Studienverlaufsplan und das Modulhandbuch zur Verfügung gestellt, woraus hervorgeht, wann welche Module vorgesehen sind und wie sich der Workload entsprechend verteilt. Die rechtlichen Regelungen dazu finden sich zum einen in § 5 SPO AT; zum anderen enthält der SPO BT in Abschnitt IV den Hinweis darauf, dass der Studienverlaufsplan und das Modulhandbuch des im Geltungsbereich dieser SPO genannten Studiengangs „Mitgeltende Dokumente“ sind.

Die Planbarkeit einzelner Semester wird gewährleistet, indem die Termine der synchronen Präsenzveranstaltungen jeweils vor Semesterbeginn bekanntgegeben werden.

Die Semesterstruktur ist für alle Standorte des Fachbereichs Wirtschaft & Medien gleich. Die 26 Wochen eines Semesters sind im Fachbereich Wirtschaft & Medien regulär in Präsenzphasen (i.d.R. 15 Wochen), Prüfungsvorbereitung (i.d.R. 1 Woche), Prüfungsphasen (i.d.R. 2 Wochen) und vorlesungsfreien Wochen organisiert, sodass sich Lehrveranstaltungen und Prüfungen nicht überschneiden.

Erste Semesterhälfte										
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Vorlesungsfreie Zeit	Vorlesungszeit - 8 Wochen 1-2 Abende / Woche à digitale Präsenz, 18-21:15 Uhr 2 Samstage / Monat à physische Präsenz 8-16:30 Uhr								Prüfungstermine	

Zweite Semesterhälfte										
12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22 - 26
Vorlesungszeit - 7 Wochen 1-2 Abende / Woche à digitale Präsenz, 18-21:15 Uhr 2 Samstage / Monat à physische Präsenz 8-16:30 Uhr							Vorbereitungswoche	Prüfungstermine		Vorlesungsfreie Zeit

Abb. 03 - Semesterstruktur des berufsbegleitenden Studiums mit digitalen und physischen Präsenzen

Die Studienorganisation ist des Weiteren auf die Bedürfnisse berufstätiger Studierender dergestalt angepasst, dass die Lehrveranstaltungen an ein bis zwei Abenden pro Woche sowie in zweiwöchentlichem Rhythmus samstags durchgeführt werden, sodass der Besuch neben dem Beruf zeitlich ermöglicht wird. Alle werktäglichen Lehrveranstaltungen werden zudem in Online-Präsenz abgehalten, womit Anfahrtszeiten und -wege für die Studierenden entfallen.

Die pro Semester zu erteilenden Unterrichtseinheiten (UE) verteilen sich gleichmäßig auf die 15 Vorlesungswochen, sodass an etwa 24 Abenden (je 4 UE) und 8 Samstagen (je 8 UE) im Semester Lehrveranstaltungen stattfinden. Es ist damit festzustellen, dass die laut Curriculum zu erteilenden durchschnittlich 160 Unterrichtseinheiten je Semester sich rechnerisch in der Vorlesungszeit umsetzen lassen.

Nicht nur die standortübergreifende Semesterstruktur und die Prüfungsorganisation, die den Studierenden insgesamt vier Prüfungszeiträume pro Jahr ermöglicht, sollen aus organisatorischer Sicht das Einhalten der Regelstudienzeit unterstützen und gewährleisten, sondern auch die enge Betreuung und Beratung der Studierenden durch die verantwortlichen Studiendekan:innen. Für alle Standorte einschließlich des Online Campus sind Studiendekane benannt.

Ferner trägt laut Selbstbericht ein umfassendes Beratungs- und Unterstützungsangebot für berufsbegleitend Studierende an der HS Fresenius dafür Sorge, dass zur Betreuung der Studierenden ausreichend Mitarbeitende (digital, telefonisch und persönlich am nächstgelegenen Präsenzstandort) zur Verfügung stehen. Die überfachliche Betreuung leistet insbesondere das nichtwissenschaftliche Personal. Die Bedürfnisse der berufsbegleitenden Studierenden sollen bei der Erweiterung des Angebotsformats berücksichtigt und u.a. das bestehende Beratungsdienst- und Betreuungsangebot um besondere Sprechzeiten in den Abendstunden bzw. an Samstagen erweitert werden, sodass eine angemessene Betreuung sichergestellt werden kann. Eigenständige Strukturen für den neuen Standort Online Campus sind im Aufbau.

Um einen planbaren und verlässlichen Studienbetrieb zu gewährleisten, sind die Strukturen, die Studiengangverantwortlichen und die Ansprechpersonen für die Lehrenden und Studierenden, auch aus den Servicebereichen (überfachliche Betreuung durch das nichtwissenschaftliche Personal), auf der Lernplattform ILIAS standortweise und auch für den Online Campus jeweils unter der Rubrik Ansprechpartner/Zuständigkeiten/Öffnungszeiten veröffentlicht.

Hochschulischen Prozessen folgend werden rechtzeitig zum Semesterstart sämtliche (d.h. auch die neuen rechtsgeprüften und vom Präsidium in Kraft gesetzten) Prüfungsordnungen, Studienverlaufspläne und Modulhandbücher intern auf der Plattform ILIAS veröffentlicht und somit allen immatrikulierten Studierenden und Hochschulangehörigen zugänglich gemacht. Auf Anfrage von externen Interessent:innen sind ggf. auch Vorabexemplare erhältlich.

Aus Sicht der Fachkommission erscheint der Studiengang als sehr gut und übersichtlich organisiert und strukturiert. Für die Studierenden, die sich i.d.Regel zeitgleich noch in einem beruflichen Umfeld befinden, wird somit langfristige Planbarkeit ermöglicht. Die Studiengangsunterlagen, insbesondere der Studienverlaufsplan, das Modulhandbuch und die relevanten Ordnungen, gewährleisten eine transparente Information für die Studierenden über den Studiengang. Die Fachkommission stellt fest, dass die Anforderungen in Bezug auf einen planbaren, verlässlichen und überschneidungsfreien Studienbetrieb gemäß § 12 Abs. 3 und 5 StakV Hessen erfüllt sind.

7.3.2 Arbeitsbelastung

Die Studiendauer wurde im berufsbegleitenden Studiengang gegenüber einem Vollzeitstudium auf 7 Semester verlängert, sodass i.d.R. nur 5 Module pro Semester zu absolvieren sind. Nur das Modul „Wissenschaftliches Arbeiten“ erstreckt sich über 2 Semester, sodass in den ersten beiden Semestern ausnahmsweise 5,5 Module zu bearbeiten sind, wobei die Prüfungsleistung des Moduls im zweiten Semester abzulegen ist (vgl. Abb. 02). Aus der Studiengangsdokumentation und insbesondere aus dem Studienverlaufsplan geht hervor, dass sich die für

den Studiengang insgesamt vorgesehene Arbeitsbelastung von 180 CP im Sinne der Akkreditierungskriterien - mit Ausnahme von Semester 1 und 2 (28 und 27 CP) - gleichmäßig mit 25 CP pro Semester über den Studienverlauf verteilt.

Laut Selbstbericht verteilt sich der Workload insgesamt (ohne Berücksichtigung der Abschlussprüfung) auf rund 25 % Kontaktzeit, 6 % angeleitetes Selbststudium und 69 % (individuelles) Selbststudium. Die synchronen Kontaktzeiten sind gegenüber einem Vollzeitstudium in nahezu allen Modulen verringert und der entsprechende Workload ins Selbststudium verlegt worden. Die wöchentliche Arbeitsbelastung liegt bei durchschnittlich 25 Stunden.

Zur Studierbarkeit des Arbeitsvolumens tragen ein verlässlicher, weit im Voraus geplanter Studienverlauf, die Verteilung der Prüfungstermine über den Semesterverlauf und unterstützende Betreuungs- und Beratungsangebote bei.

Die SPO AT §5 (3) normiert in berufsbegleitenden Studiengängen einen Workload pro Studienjahr von 1000 bis 1350 Stunden. Im beantragten Studiengang liegt der Workload im ersten Studienjahr mit 1375 Stunden leicht über diesem Wert. Die Regelung des SPO AT § 5 (3) und der Workload der Semester 1 und 2 sind in Einklang zu bringen. (**Auflage 2**, Vgl. SPO AT § 5 (3) i.V.m. StakV Hessen § 12 (5)) **Frist: 28.02.2025**

Die Fachkommission sieht die veranschlagte Arbeitsbelastung pro Modul als plausibel und studierbar an. Allerdings ist das Lernprogramm auch anspruchsvoll und erfordert langfristiges Engagement und einen starken Fokus neben den sonstigen beruflichen Verpflichtungen. Die Fachkommission schließt sich der Auflage an, Workload und SPO AT in Einklang zu bringen.

Die fachlich-inhaltlichen Vorgaben hinsichtlich des angemessenen Arbeitsaufwandes aus § 12 Abs. 5 Punkt 3 StakV Hessen sind mit obiger Ausnahme erfüllt.

7.3.3 Prüfungsorganisation und Prüfungsbelastung

Die Prüfungsorganisation wird verbindlich durch die SPO AT und SPO BT samt Studienverlaufsplan und das Modulhandbuch geregelt. In der SPO AT werden die Zeiträume von Prüfungen und Wiederholungsprüfungen festgelegt und eine strukturelle Überschneidungsfreiheit von Lehre und Prüfungen gewährleistet.

Prüfungsformen	Leistungszeitraum
Präsentationen	semesterbegleitend
Referate	
Portfolio	semesterbegleitend/Abgabe 2 Wo nach HP
Projektarbeiten	
Praktische Arbeiten	
Fallstudien	
Wiss. Hausarbeiten	
Klausuren	Hauptprüfungsphase (HP) am Ende der Vorlesungszeit
Abschlussarbeit	Abschlusssemester
Kolloquium	Abschlusssemester

Abb. 04 – Prüfungsformen und Leistungszeiträume

Die Prüfungsdichte wird prinzipiell dadurch reguliert, dass zum einen verschiedene Prüfungsformen insgesamt und pro Semester eingesetzt werden und zum anderen deren Umsetzungsleistungen zu unterschiedlichen Zeitpunkten zu erbringen sind (vgl. Abb. 02 und 04; der in

den Abbildungen verwendete Farbcode gibt Aufschluss über die Lage der Prüfungsleistungen im Semester). Die maximal 5-6 vorgesehenen Prüfungsleistungen pro Semester (Ausnahme in Semester 7 mit nur 4 Prüfungen) sind meist gut über den Semesterlauf verteilt und für die Studierenden verlässlich planbar. In Semester 2 und 3 ergibt sich mit jeweils 4 Klausuren jedoch eine hohe Prüfungsichte in der Hauptprüfungsphase.

Wie im Abschnitt 7 Prüfungssystem beschrieben, wird in der Regel gem. § 12 (5) Punkt 4 StakV Hessen pro Modul eine Prüfung angesetzt. Nur vereinzelt bestehen Prüfungsformen aus zwei Teilleistungen, wie bspw. Projektarbeiten (Projektbericht und Projektpräsentation), Referate (Vortrag und Handout) und Fallstudien (Fallstudie und Präsentation). Diese kombinierten Prüfungsleistungen sind in der SPO AT geregelt und lassen sich aus dem angestrebten differenzierten Kompetenzerwerb des Moduls ableiten. Sie stellen damit keine Abweichung gemäß StakV Hessen dar. Darüber hinaus sind in den Modulen „Medienökonomie“ eine Klausur (60 min.) und eine Präsentation (5-10 min.) vorgesehen sowie im Modul „Non-Fiction – Kommerzielle Formate“ eine Praktische Arbeit (40 h) und ein Projektbericht (3-5 S.). Die beiden Abweichungen sind nachvollziehbar inhaltlich begründet; der Umfang der jeweils zu erbringenden Teilleistungen wurde anteilig reduziert. Die Anzahl und Gewichtung der Teilleistung für die Modulnote ist in den Modulbeschreibungen kenntlich gemacht.

Darüber hinaus können alle Prüfungsformen, außer Klausuren, gemäß SPO AT auch als Gruppe geleistet werden. Dabei muss die individuelle Leistung des:der Studierenden abgrenzbar und bewertbar sein. Für welche Module eine Gruppenprüfung möglich ist und wie sich die Rahmenbedingungen in diesem Fall anpassen, ist in den jeweiligen Modulbeschreibungen festgeschrieben.

Alle Vorgänge rund um das Prüfungswesen werden von einem zentralen Prüfungsamt geregelt. Prüfungsbezogene Beratung und Betreuung erfolgt zudem durch das Prüfungsamt in Abstimmung mit der Studiengangsleitung und/oder -koordination. Eine rechtzeitige und umfassende Information der Studierenden zur Prüfungsplanung wird gewährleistet über das hochschulinterne, digitale Verwaltungsprogramm sowie über die Lernplattform ILIAS.

Die Fachkommission sieht die Prüfungsmenge und Prüfungsichte in dem berufsbegleitenden Studiengang als angemessen und in der Regelstudienzeit leistbar an.

Aus Sicht der Fachkommission sind die Anforderungen hinsichtlich der Prüfungsorganisation und -belastung aus § 12 Abs. 5 Punkt 4 StakV Hessen bezüglich der Studierbarkeit erfüllt. Damit ist die Studierbarkeit gemäß § 12 Abs. 5 StakV Hessen insgesamt als gegeben anzusehen.

7.4 Personelle Ausstattung (§ 12 Abs. 2)

Evidenzen: Selbstbericht, Übersicht zur Ausstattung

Die grundsätzlichen Regelungen an der Hochschule Fresenius betreffend Maßnahmen zur Personalauswahl, die Aufgaben weiteren wissenschaftlichen Personals, zur Zusammenarbeit mit externen Lehrbeauftragten und die typischen Maßnahmen zur Personalqualifizierung sind festgelegt und im Rahmen des Akkreditierungsverfahrens dargestellt. Gemäß den Angaben im Selbstbericht ist das hochschuldidaktische Angebot der Hochschule Fresenius breit gefächert und wird kontinuierlich weiterentwickelt. Die Veränderungsprozesse für den Studienalltag – insbesondere durch die Digitalisierung – werden hierbei durch hausinterne Weiterbildungen im Präsidiumsressort Studium & Lehre koordiniert. Der Fokus liegt derzeit auf der

Vorbereitung und Durchführung digitaler Lehr- und Lernformate und der darin verankerten Prüfungsformate.

Die „Übersicht zur Ausstattung“ weist entsprechend hochschulinterner Festlegung vor dem Studienstart des erstmals zu akkreditierenden Studiengangs für alle beantragten Standorte aus, ob bzw. dass das Curriculum des ersten Studienjahres durch ausreichendes fachlich und methodisch-didaktisch qualifiziertes Lehrpersonal umgesetzt wird¹. Die „Personaltabelle für das erste Studienjahr“ zeigt für den Studiengang auf, welche hauptberuflichen Professor:innen sowie Dozent:innen und welche nebenberuflichen Dozent:innen im ersten Studienjahr eingeplant sind.

Aufgrund der Darstellung zur personellen Ausstattung und dem Prüfergebnis des Gremiums hat sich die Fachkommission davon überzeugt, dass die dargelegte Vorgehensweise das Vorhandensein von ausreichend fachlich und methodisch-didaktisch qualifiziertem Personal zur Umsetzung des Curriculums sicherstellt. Es ist damit aus Sicht der Fachkommission gewährleistet, dass ausreichend fachlich und methodisch-didaktisch qualifiziertes Personal zur Umsetzung des Curriculums vorhanden ist.

Der Nachweis über ausreichend fachlich und methodisch-didaktisch qualifiziertes Lehrpersonal des ersten Studienjahres im Sinne von § 12 Abs. 2 StakV Hessen ist erbracht.

7.5 Räumlich-sächliche Ressourcen (§ 12 Abs. 3)

Evidenzen: Selbstbericht, Übersicht zur Ausstattung

Der Nachweis über die angemessene Ausstattung mit räumlich-sächlichen Ressourcen für das erste Studienjahr im Sinne von § 12 Abs. 3 StakV Hessen wurde für die Standorte Düsseldorf, Hamburg, Köln, München, Wiesbaden und den Online Campus erbracht. QMSL geht davon aus, dass die räumlich-sächlichen Ressourcen für jedes weitere Studienjahr entsprechend geplant und geprüft werden.

Die Fachkommission erachtet die Hochschule als gut und modern ausgestattet, so dass die Studierenden in dieser Hinsicht auf keinerlei Schwierigkeiten stoßen sollten. Es steht in ausreichendem Umfang technisches und administratives Personal zur Verfügung. Die Raum- und Sachausstattung, einschließlich Infrastruktur, Gebäude- und Bibliotheks- und IT-Ausstattung, erscheint ausreichend und angemessen.

Die Fachkommission sieht die räumlich-sächliche Ausstattung als angemessen und ausreichend an. Damit schließt sich die Fachkommission dem Ergebnis des formalen Prüf- und Genehmigungsverfahrens der Hochschule an und sieht die Akkreditierungsanforderungen zur Ressourcenausstattung im Sinne von § 12 Abs. 3 StakV Hessen als erfüllt an.

¹ Die Hochschule Fresenius hat als staatlich anerkannte Hochschule gemäß § 115 (3) Punkt 3a) HessHG das Lehrangebot zu angemessenen Anteilen von hauptberuflich beschäftigten Professorinnen und Professoren und nichtprofessoralem Lehrpersonal zu erbringen.

7.6 Besonderer Profilianspruch (§ 12 Abs. 6)

Evidenzen: Selbstbericht, Didaktisches Konzept

Der Studiengang richtet sich an den Anforderungen berufsbegleitend Studierender aus, indem die Zahl der zu erwerbenden Kreditpunkte pro Semester überwiegend auf 25 reduziert wurde, bei gleichzeitig um ein Semester verlängerter Studiendauer. Der wöchentliche Workload beträgt durchschnittlich ca. 25 Stunden. Die Präsenzzeiten wurden verringert und finden werktäglich ausschließlich online statt, sodass Wegezeiten entfallen und ein Studium an jedem Ort möglich ist. Der gegenüber einem Vollzeitstudium erhöhte Selbststudienanteil fordert ein erhebliches Maß an Selbststeuerung und Disziplin. Die Studierenden sollen hierbei durch umfassende Beratungs- und Betreuungsleistungen unterstützt werden, um dies zu bewältigen. Weitere Ausführungen dazu finden sich in Kap. 7.3.1 und 7.3.3.

Die Fachkommission sieht durch die Anpassung des didaktischen Konzepts an die Anforderungen eines berufsbegleitenden Studiengangs eine effektive Integration der Studierenden ermöglicht.

Die Fachkommission stellt fest, dass die Anforderungen im Sinne von § 12 Abs. 6 StakV dahingehend erfüllt sind, dass ein in sich geschlossenes Studiengangskonzept vorliegt, das die besonderen Charakteristika des Profils des berufsbegleitenden Studiengangs angemessen darstellt.

7.7 Fachlich-inhaltliche Gestaltung (§ 13 StakV)

Evidenzen: Selbstbericht, QM-Handbuch

Die Hochschule Fresenius gewährleistet die Aktualität und Adäquanz der fachlichen und wissenschaftlichen Anforderungen, indem sie bei der Entwicklung und Weiterentwicklung (im Zuge von Erst- bzw. Reakkreditierungen) die Curricula in Bezug auf die fachlich-inhaltliche Gestaltung und die methodisch-didaktischen Ansätze überprüft und dementsprechend – wenn notwendig – Anpassungen vornimmt. Fachliche Diskurse finden hierbei Berücksichtigung; diese sind vor allem geprägt von dem starken Anwendungsbezug, der auf vielfältige Weise (z. B. praxisorientierte Forschungsprojekte, Konferenzteilnahmen und Tagungen, Einsatz von Praktikern in die Lehre) in den Studienprogrammen verankert ist.

Bei der Erstakkreditierung werden interne und, falls notwendig, externe Fachexpert:innen hinzugezogen, um Programme zu entwickeln, die dem aktuellen Stand der Wissenschaft entsprechen. Die didaktischen Anforderungen werden während der gesamten Entwicklungsphase berücksichtigt; eine Hinzuziehung interner Instructional Designer:innen findet bereits bei der Ideenskizze statt. Im Rahmen der Reakkreditierung werden die Ergebnisse der regelmäßigen Lehrevaluationen und Absolvent:innenbefragungen herangezogen und bei Weiterentwicklung des Studiengangs berücksichtigt. Kurzzeitige situativ angepasste Änderungen in den Studiengängen werden entweder unverzüglich oder bei umfangreichen Änderungen nach Prüfung durch die QMSL-Kommission und ggf. unter Hinzuziehung der externen Fachexpert:innen zum Folgesemester umgesetzt.

Nach Einschätzung der Fachkommission befindet sich der Studiengang auf dem aktuellen Stand der Forschung. Das wird bei Modulen wie „Data Science und Data Analytics“ und „CSR – und nachhaltige Unternehmensführung“ deutlich sowie in der thematischen Ausrichtung der einzelnen Module. Das gilt auch für die angegebene Fachliteratur. Der Studiengang bietet

damit eine ausgewogene Ausrichtung auf sowohl wissenschaftliche als auch berufliche Befähigung der Absolvent:innen auf Bachelorniveau. Die Struktur des Studiengangs spiegelt die aktuellen Entwicklungen und Erkenntnisse in den relevanten Forschungsbereichen wider. Die Lehrinhalte sind so konzipiert, dass sie nicht nur eine solide Grundlage in den theoretischen Aspekten des Medienmanagements und digitalen Marketings bieten, sondern auch auf aktuelle Forschungsergebnisse und innovative Ansätze eingehen. Dies ermöglicht den Studierenden, von den neuesten Erkenntnissen der Branche zu profitieren und ihre Fähigkeiten auf dem neuesten Stand zu halten.

Die Fachkommission sieht die Anforderungen an die fachlich-inhaltliche Ausgestaltung des Studiengangs gem. § 13 Abs. 1 StakV Hessen als erfüllt an.

8. Studienerfolg (§ 14 StakV)

Evidenzen: Selbstbericht, Anwendung der internen Tools zur Qualitätssicherung (Follow-Up-Prozesse zur Steuerung, Datenerhebung und Auswertung...), Evaluationsordnung

Das QM-System der Hochschule Fresenius wird auf der Homepage der Hochschule Fresenius transparent dargestellt. Es beschreibt das Qualitätsmanagement, den Aufbau sowie die Instrumente und differenziert zwischen externer und interner Qualitätssicherung. Das QM-System ist gem. DIN ISO 9001:2015 durch die CERTQUA zertifiziert und wird im Rahmen jährlich stattfindender externer Audits regelhaft überprüft. Das Verfahren zur internen Programmakkreditierung, den Evaluationen sowie das Monitoring von Leistungsindikatoren wird im Rahmen der jährlich stattfindenden internen Audits durch die QM-Leitstelle geprüft.

Das Qualitätsmanagement der Hochschule Fresenius ist in § 11 GO HSF verankert und umfasst die Bereiche Qualitätsmanagement Studium und Lehre sowie das Evaluationswesen, das sich aus dem Dreiklang von Evaluation der Lehre (Modul- bzw. Lehrveranstaltungsbefragung), Zufriedenheitsbefragung und Absolvent:innenbefragung zusammensetzt.

Der Akkreditierungsrat hat am 31. März 2023 die Systemreakkreditierung der Hochschule Fresenius ohne Auflagen bis zum 30.09.2029 beschlossen. Damit hat die Hochschule weiterhin das Recht, Studiengängen, die das interne Qualitätsmanagementsystem im Bereich Studium und Lehre erfolgreich durchlaufen haben, selbst das Qualitätssiegel der Stiftung Akkreditierungsrat zu verleihen. Die Prozesse des internen Qualitätsmanagementsystems Studium und Lehre wurden im Rahmen der Systemreakkreditierung einer externen Begutachtung unterzogen. Die interne Programmakkreditierung beschränkt sich insofern auf eine Überprüfung, wie die entsprechenden Prozesse auf der Ebene der einzelnen Studiengänge „gelebt“ werden. Da für die laufende Konzeptakkreditierung des vorliegenden Masterstudiengangs noch keine studiengangsbezogenen Daten aus dem internen Qualitätsmanagementsystem vorliegen, kann dazu ggf. erst im Rahmen der internen Überprüfungsprozesse bzw. in der späteren internen Reakkreditierung eine belastbare Aussage getroffen werden.

Sobald ein Studiengang den Studienbetrieb aufgenommen hat, unterliegt er der Evaluationsordnung der Hochschule Fresenius und wird unter Beteiligung von Studierenden und Absolvent:innen einer kontinuierlichen Qualitätssteuerung unterzogen. Auf dieser Grundlage werden Maßnahmen zur Sicherung des Studienerfolgs abgeleitet, sodass die Studiengänge fortlaufend überprüft und unter Berücksichtigung der Ergebnisse weiterentwickelt werden. Die Evaluationsordnung hält transparent fest, wie die Evaluationen durchgeführt, wie die Ergebnisse aufbereitet, wem die Ergebnisse weitergeleitet werden und was damit zu erfolgen hat.

Die Fachkommission erachtet das Qualitätsmanagementsystem der Hochschule als solide und umfassend. Die vorgestellten Maßnahmen zur Messung des Studienerfolgs und zur Qualitätssicherung des Studiengangs sind nachvollziehbar und verständlich sowie ausreichend.

Die Vorgaben aus § 14 StakV Hessen sind insofern erfüllt, als die Hochschule über Strukturen verfügt, die eine kontinuierliche Beobachtung und Nachjustierung der Studienprogramme unter Einbeziehung der Erfahrungen von Studierenden sowie Absolvent:innen gewährleisten. Die Prozesse des hochschulischen Qualitätsmanagements stellen geschlossene Regelkreise und geeignete Monitoringmaßnahmen sicher.

9. Geschlechtergerechtigkeit und Chancengleichheit (§ 15 StakV)

Evidenzen: Selbstbericht, Studien- und Prüfungsordnung - Allgemeiner und Besonderer Teil

Die interne Programmakkreditierung beschränkt sich auf eine Überprüfung, wie die entsprechenden Konzepte auf der Ebene der einzelnen Studiengänge gelebt werden. Es wird gleichwohl festgestellt, dass die entsprechenden Thematiken grundsätzlich institutionell und normativ im Leitbild der Hochschule sowie im Fachbereich Wirtschaft & Medien verankert sind. Die hochschulweiten Richtlinien sind im „Mission Statement Diversity“ auf der Homepage der Hochschule Fresenius veröffentlicht.

Auch auf Ebene des Studiengangs kommt das hochschulweite Konzept zur Geschlechtergerechtigkeit und zur Förderung von Chancengleichheit zur Anwendung. Gleichstellungsbeauftragte sowie Beauftragte für Studierende mit Behinderungen/chronischen Erkrankungen sind jeweils für sämtliche Standorte des Fachbereichs Wirtschaft & Medien benannt. Die Aufgaben der Beauftragten im Allgemeinen sowie auch Informationsquellen hierzu werden für die Studierenden in ILIAS übersichtlich dargestellt.

Ein Nachteilsausgleich für Studierende mit Behinderung und in besonderen Lebenslagen ist in § 22 SPO AT_WM verankert. Diese Nachteilsausgleichregelungen gelten sowohl für Prüfungsverfahren als auch für Eignungs- und Aufnahmetests. Darauf wird in den Allgemeinen Zulassungsbestimmungen des Fachbereichs Wirtschaft & Medien hingewiesen.

Entsprechend den allgemeinen Leitlinien zum Thema Diversity / Chancengleichheit und auf Grundlage des hochschulweiten Qualitätsmanagementsystems werden ab Studienstart auch für den zur Akkreditierung vorgelegten Studiengang kohortenweise und standortbezogen u.a. der Anteil der weiblichen Studierenden, die Anzahl der weiblichen, ausländischen Studierenden, der Anteil der ausländischen Studierenden gesamt, die Anzahl der weiblichen Absolventinnen innerhalb der RSZ sowie die Anzahl der weiblichen Absolventinnen außerhalb der RSZ regelmäßig ermittelt. Diese (anonymisierten) Ergebnisse – sowie noch eine Vielzahl weiterer Erhebungen in Bezug zum Thema Diversity / Chancengleichheit – sind über das hochschuleigene Verwaltungsprogramm (eHVP) für die verantwortlichen Stellen jederzeit einseh- und auswertbar.

Darüber hinaus werden Aspekte der Geschlechtergerechtigkeit und Diversität auch als Studieninhalte in ausgewählten Modulen thematisiert, bspw. im Modul „CSR und nachhaltige Unternehmensführung“.

Die Fachkommission konstatiert, dass die Hochschule über ein dezidiertes Konzept zur Sicherstellung von Diversität und Chancengleichheit verfügt. Der Nachteilsausgleich ist zielfüh-

rend für die verschiedenen persönlichen Situationen geregelt. Sie sieht Aspekte der Gleichstellung und Chancengleichheit jedoch primär hinsichtlich der Hochschule bzw. der Organisation in der Hochschule beschrieben und würde eine verstärkte curriculare Berücksichtigung dieser Themen begrüßen.

Es wird festgestellt, dass die Anforderungen gemäß § 15 StakV Hessen zu Geschlechtergerechtigkeit und Nachteilsausgleich erfüllt sind.

Manuela Paelchen-Herbst
QMSL-Referentin im FB W&M

Berlin, 12.02.2024

Beschlussvorlage zur Auflagenerfüllung

Studiengang

Medienmanagement & Digitales Marketing, B.A.

berufsbegleitend

Düsseldorf, Hamburg, Köln, München, Wiesbaden, Online-Campus

Fachbereich Wirtschaft & Medien

Entscheidung Auflagenerfüllung

am 28.08.2024

Ressort	Studium & Lehre: QM und Akkreditierung
Bearbeitet von	QMSL-Kommission
QMSL-Beschluss am	30.07.2024

1. Gegenstand

Auflagenerfüllung des Studiengangs:

Medienmanagement & Digitales Marketing (B.A.)
Berufsbegleitend
Düsseldorf, Hamburg, Köln, München, Wiesbaden, Online-Campus
Verfahren: WM_2023_12

2. Begründung

Die QMSL-Kommission ist in ihrer Sitzung vom 30.07.2024 zu dem Schluss gekommen, dass der Studiengang Medienmanagement & Digitales Marketing (B.A.) (berufsbegleitend) die folgenden Auflagen gemäß Akkreditierungskriterien der StakV Hessen vom 22.07.2019 erfüllt:

Auflagen

Auflage 1:

Zur Umsetzung des pauschalen Anrechnungsverfahrens für insgesamt 5 Module ist ein Anrechnungskonzept für die anzurechnenden Module nachzureichen, um die Gleichwertigkeit der anzurechnenden außerhochschulischen Kenntnisse und Fähigkeiten aus der IHK-Berufsausbildung mit den entsprechenden Studien- und Prüfungsleistungen darzulegen. (Vgl. Hess HG § 22 Abs. 6)

Frist zur Erfüllung: 30.06.2024

Auflage 2:

Die Regelung des SPO AT § 5 (3) und der Workload der Semester 1 und 2 sind in Einklang zu bringen. (Vgl. SPO AT § 5 (3) i.V.m. StakV Hessen § 12 (5))

Frist zur Erfüllung: 28.02.2025, bereits erfüllt

3. Beschluss

Das Präsidium beschließt, dass die Auflage 1 für den Bachelorstudiengang „Medienmanagement & Digitales Marketing“ (B.A.) (berufsbegleitend) erfüllt ist. Auflage 2 ist fristgerecht bereits erfüllt. Damit sind alle Auflagen für den Studiengang erfüllt.

Bewertungsbericht zur Auflagenerfüllung

Fachbereich WM
Medienmanagement & Digitales Marketing (B.A.), berufsbegleitend
Verfahren: WM_2023_12

Die Akkreditierung ist mit Auflagen verbunden.

Der Nachweis über die Erfüllung der Auflage 1 ist vom Antragsteller eingereicht worden.

Auflage	Bewertung / Ergebnis
<p>(1) Zur Umsetzung des pauschalen Anrechnungsverfahrens für insgesamt 5 Module ist ein Anrechnungskonzept für die anzurechnenden Module nachzureichen, um die Gleichwertigkeit der anzurechnenden außerhochschulischen Kenntnisse und Fähigkeiten aus der IHK-Berufsausbildung mit den entsprechenden Studien- und Prüfungsleistungen darzulegen. (Vgl. Hess HG § 22 Abs. 6)</p> <p>Frist: 30.06.2024</p>	<p>Zum Nachweis eines Anrechnungskonzepts wurde ein fachbereichsweiter „<i>Akademischer Leitfaden des FB Wirtschaft & Medien zur Anerkennung hochschulischer Studien- und Prüfungsleistungen sowie zur Anrechnung außerhochschulischer Kompetenzen und Qualifikationen</i>“ erstellt, in dem die Grundlagen, die Verantwortlichkeiten sowie der Prozess zur Prüfung und Durchführung der individuellen und pauschalen Anrechnung bzw. Anerkennung geregelt sind (vgl. Anlage 1).</p> <p>Es wurde zudem auf inhaltlicher Ebene eine exemplarische Äquivalenzprüfung der 5 pauschal anzurechnenden Module am Beispiel der IHK-Ausbildung zum:r Industriekaufmann:frau vorgelegt (vgl. Anlage 2), die durch den Anrechnungsbeauftragten vorgenommen wurde. Im Ergebnis ist festzustellen, dass für das Modul „Praxisprojekt Betriebsgründung“ keine Äquivalenz mit der IHK-Ausbildung besteht. Das Modul wird somit aus der Tabelle der pauschal anrechenbaren Module gestrichen, sodass nun 4 Module in der pauschalen Anrechnung verbleiben.</p> <p>Die zentrale „<i>Äquivalenztabelle zur pauschalen Anerkennung von Aus- und Weiterbildungen</i>“ (Anlage 1-2) soll durch die Anrechnungsbeauftragten an den Standorten sukzessive fallweise bei Anfragen um weitere IHK-Aus- und Weiterbildungen ergänzt werden. Dabei wird nach den in Anlage 3-1 und 3-2 beschriebenen Prozessen vorgegangen.</p> <p>Das dargelegte Vorgehen gewährleistet aus Sicht der QMSL-Kommission sowohl prozessual als auch inhaltlich ein einheitliches Vorgehen bei der pauschalen Anrechnung, um die Gleichwertigkeit anzurechnender außerhochschulischer Kenntnisse und Fähigkeiten aus der IHK-Berufsausbildung mit den entsprechenden Studien- und Prüfungsleistungen festzustellen.</p> <p><u>Anlagen</u></p> <p>A1-Akademischer Leitfaden des FB Wirtschaft & Medien zur Anerkennung hochschulischer Studien- und Prüfungsleistungen sowie zur Anrechnung außerhochschulischer Kompetenzen und Qualifikationen einschließlich der zugehörigen Anlagen A1-1 Leistungskarte und A1-2 Äquivalenztabelle</p>

	<p>A2-Matrix pauschale Anrechnung PO 2024 _exemplarisch</p> <p>A3-1 und A3-2-Workflow zur Anerkennung von Leistungen von Interessent:innen/Bewerber:innen und Studierenden</p>
<p>(2) Die Regelung des SPO AT § 5 (3) und der Workload der Semester 1 und 2 sind in Einklang zu bringen. (Vgl. SPO AT § 5 (3) i.V.m. StakV Hessen § 12 (5))</p> <p>Frist: 28.02.2025</p>	<p>Durch das Inkrafttreten der neuen <i>Studien- und Prüfungsordnung Allgemeiner Teil für sämtliche Bachelor- und Masterstudiengänge an der staatlich anerkannten, privaten Hochschule Fresenius</i> wird der § 5 (3) der bisherigen Prüfungsordnung durch § 5 (4) ersetzt. Der Workload der genannten Semester ist mit der SPO AT in der nun geltenden Fassung in Einklang.</p> <p>Anlage</p> <p>Studien- und Prüfungsordnung Allgemeiner Teil für sämtliche Bachelor- und Masterstudiengänge an der staatlich anerkannten, privaten Hochschule Fresenius vom 01.03.2024</p> <p>Die Auflage ist erfüllt.</p>

Berlin, den 25.07.2024

Manuela Paelchen-Herbst
Referentin QMSL
Qualitätsmanagement Studium & Lehre, Fachbereich WM