

Qualitätsbericht

Fakultät	Wirtschaftswissenschaften
Studiengang	Master Marketing Management (M.Sc.)
Verfahren	Interne Programmakkreditierung - Reakkreditierung
Datum der Begehung	12.07.2022
Datum des Erstbeschlusses	29.09.2022

Inhaltsverzeichnis

1. Formalia	3
2. Kurzprofil des Studiengangs	4
3. Begutachtungsverfahren	6
3.1 Rechtliche Grundlagen	6
3.2 Allgemeiner Ablauf des Verfahrens	6
3.3 Besonderheiten im Verfahrensablauf	7
3.4 Beteiligte Gremien	7
4. Zusammenfassende Qualitätsbewertung des Gutachtendengremiums	8
4.1 Gesamteindruck zur Studienqualität	8
4.2 Stärken und Schwächen.....	8
4.3 Datenerhebungen und Maßnahmen zur sowie Effekte der qualitätsgeleiteten Weiterentwicklung im Akkreditierungszeitraum.....	8
4.4 Umgang mit Empfehlungen aus der vorangegangenen Akkreditierung	9
4.5 Beschlussempfehlung der Gutachtendengruppe.....	9
4.6 Sondervoten	11
4.7 Kriterien abgeleitet aus Absolventenbefragungen	11
4.8 Beschwerdeverfahren.....	11
5. Beschluss der Hochschulleitung	12
6. Erweiterungsakkreditierung: Profilvermerkmal „dual“	14
6.1 Beteiligte Gremien	14
6.2 Zusammenfassende Qualitätsbewertung der Gutachtendengruppe	14
6.2.1 Eindruck zur Studienqualität im besonderen Profilvermerkmal „Dual“	14
6.2.2 Stärken und Schwächen im besonderen Profilvermerkmal „Dual“.....	15
6.3 Entscheidungsvorschlag des Gutachtergremiums zur Erfüllung der formalen Kriterien gemäß Prüfbericht „Dual“ 15	
6.4 Entscheidungsvorschlag des Gutachtergremiums zur Erfüllung der fachlich-inhaltlichen Kriterien gemäß Gutachten „Dual“	16
6.5 Stellungnahme zum Prüfbericht „Dual“ der formalen Kriterien (wird hochschulintern geprüft)	17
7. Beschluss der Hochschulleitung (Erweiterungsakkreditierung)	18
Anhang - Akkreditierungsurkunde	19

2. Kurzprofil des Studiengangs

Die Konzeption des Studiengangs geht auf vorausgehende empirische Untersuchungen zurück, in denen die inhaltlichen Anforderungen von Unternehmen und Studierenden an einen derartigen Studiengang erhoben wurden. Im Ergebnis resultierte ein Studienkonzept, das die empirischen Grundlagen eines systematischen Marketingkonzepts in den Vordergrund stellt und gleichzeitig die Breite des Fachs und die unterschiedlichen Einsatzfelder in den verschiedenen Wirtschaftssektoren berücksichtigt. Demgegenüber werden Fragen des operativen Kreativdesigns, wie sie in Hof und anderen Studienorten z.B. in den Studiengängen Kommunikationsdesign und Medieninformatik gelehrt werden, nicht vertieft; die Studierenden haben aber die Möglichkeit, Kreativfächer im Rahmen von Wahlpflicht-Lehrveranstaltungen zu belegen.

Das Studienangebot richtet sich an Absolventinnen und Absolventen von Studiengängen anerkannter Hochschulen im In- und Ausland. Absolventen nicht-wirtschaftlicher Studiengänge erhalten eine betriebswirtschaftliche Zusatzqualifikation im Umfang von bis zu 30 ECTS.

Die Studierenden werden darauf vorbereitet, Fach- und Führungspositionen in Marketing und Vertrieb, in Marktforschung und Consulting zu übernehmen.

Der Karriereerfolg der Absolventen des Studiengangs und die Rückmeldungen seitens der Unternehmenspraxis belegen, dass die Ausbildung im Masterstudiengang „Marketing Management“ dieser Zielsetzung vollumfänglich gerecht wird. Vielfach setzen sich die Absolventen des Studiengangs gegen Bewerber von renommierten Universitäten durch. Absolventen des Studiengangs arbeiten bei Unternehmen wie Daimler, Audi, BMW, VW, Storck, Colgate, Unilever, Ferrero, Recaro etc. Auch die regionalen Unternehmen fragen kontinuierlich Absolventen des Studiengangs nach.

Durch die Zusammenarbeit in internationalen Teams von Studierenden, durch die Sprachausbildung und entsprechende Lehrveranstaltungen mit internationalen Case Studies wird die Thematik der Internationalisierung der Unternehmensführung berücksichtigt. Die vom International Office der Hochschule Hof vermittelten internationalen Studienaufenthalte werden von den Studierenden des Master Marketing Management rege in Anspruch genommen.

Eine spezielle Lehrveranstaltung zur Verhandlungs- und Gesprächsführung, die Zusammenarbeit in Arbeitsgruppen, gemeinsame Entscheidungsfindungen im Rahmen des Unternehmensplanspiels sowie die Präsentationen eigener Arbeitsergebnisse trainieren die sozialen Kompetenzen der Studierenden in einer auf die zukünftigen Tätigkeitsfelder abgestimmten Weise.

Der Studiengang fügt sich thematisch und konzeptionell in das von der Fakultät Wirtschaftswissenschaften unterbreitete Angebot an Bachelor- und Masterprogrammen ein. Überdies entspricht er dem Leitbild für die Lehre und der ihm zugrundeliegenden Vision und Mission der Hochschule Hof.

Danach vermitteln die Lehrenden den Studierenden Fach-, Methoden-, Selbst- und Sozialkompetenz sowie Kompetenz für das Agieren in einer globalisierten Welt, welche die Absolventinnen und Absolventen zu einem nachhaltigen Handeln in einem Umfeld fortschreitender Digitalisierung befähigen. Dies beinhaltet die Vermittlung von anwendungsorientierten Fachkompetenzen in Verbindung mit berufspraktischen und interdisziplinären Kompetenzen.

Vor diesem Hintergrund ist der Masterstudiengang interdisziplinär angelegt und der Nachhaltigkeit im Arbeitsleben verpflichtet. Er berücksichtigt sowohl die Perspektiven mittelständischer Unternehmen als auch die Anforderungen international tätiger Konzerne.

Dem Verständnis eines datengetriebenen Managements verpflichtet, erwerben die Studierenden vertiefte Kenntnisse im Arbeiten mit empirischen Daten, seien es unternehmenseigene Marktdaten oder eigens gewonnene Daten aus der Primärforschung. Das Konsumentenverhalten wird mit einer Vertiefung auf seine psychologischen Grundlagen gelehrt. In Bezug auf die Werbung werden auch ethische Fragen des Marketing thematisiert.

Daneben werden die Schlüsselqualifikationen der Studierenden weiterentwickelt, etwa in den Bereichen Verhandlungsführung, Kommunikation in Gruppenarbeiten und im Umgang mit internationalen Kommilitonen. Der Verzahnung von Theorie und Praxis dienen in jedem Semester durchgeführte Projekte, Fallstudien und die explizit empirisch anzufertigende Masterarbeit. Ein Praktikum ist nicht zwingend vorgesehen, da viele Studierende bereits im Erststudium ein Praktikum absolvieren mussten und daher eine kürzere Studiendauer ohne erneutes Praktikum präferieren. Wer jedoch ein Praktikum absolvieren möchte, kann dies auf freiwilliger Basis tun und hierzu auf Wunsch auch ein Urlaubssemester einlegen. Regionale und überregionale Unternehmen tragen laufend Praktikums- und Stellenangebote an die Studiengangleitung heran, die direkt an die Studierenden weitergegeben werden. Auf Wunsch wird auch eine individuelle Beratung durchgeführt, ob und welche Tätigkeiten sich für ein Praktikum in Berufsfeld des Marketing und Management eignen und welche Tätigkeiten ggf. für die Durchführung einer empirischen Masterarbeit im Unternehmen in Frage kommen.

3. Begutachtungsverfahren

3.1 Rechtliche Grundlagen

Das rechtliche Fundament des Akkreditierungssystems bilden der Staatsvertrag über die Organisation eines gemeinsamen Akkreditierungssystems zur Qualitätssicherung in Studium und Lehre an deutschen Hochschulen vom 01.01.2018, die Musterrechtsverordnung vom 07.12.2017 und das Gesetz über die Stiftung Akkreditierungsrat (Akkreditierungsratsgesetz).

Basierend auf dem Studienakkreditierungsstaatsvertrag haben die Bundesländer Studienakkreditierungsverordnungen erlassen. Auf Grundlage von Art. 7 Absatz (4) des Bayerischen Hochschulinnovationsgesetzes (BayHIG) gilt in Bayern die Bayrische Studienakkreditierungsverordnung - BayStu-dAkkV.

3.2 Allgemeiner Ablauf des Verfahrens

Interne Programmakkreditierung

Wird ein Studiengang reakkreditiert, so hat dieser an der Hochschule Hof das regelhaft im Prozess „Interne Programmakkreditierung“ hinterlegte Qualitätssicherungsverfahren durchlaufen:

- Erstellung Studiengangkonzept durch die (designierte) Studiengangleitung
- Auswahl externe Gutachtende (1 Vertretung Wissenschaft / Professorenschaft, 1 Vertretung berufliche Praxis, 1 Vertretung Studierendenschaft, ggf. 1 Vertretung Absolvent:in Hochschule Hof) durch die Stabsstelle QM, Studiengangleitung kann Befangenheit von Gutachtenden melden
- Prüfung auf Unbefangenheit der Gutachtenden, Gutachterbenennung durch Stabsstelle QM
- Prüfung der formalen Kriterien gemäß BayStuAkkV Teil 2 durch die Stabsstelle Qualitätsmanagement, Erstellung Prüfbericht
- Begehung der Gutachtenden mit Studiengangleitung, (zukünftig) lehrenden Professor:innen, Studiendekan:in, Dekan:in, Vizepräsident:in Lehre, koordiniert durch Stabsstelle QM
- Gutachtenerstellung zu den fachlich-inhaltlichen Kriterien gemäß BayStuAkkV Teil 3 und Bewertung der formalen Kriterien durch die Gutachtendengruppe
- Möglichkeit der Stellungnahme seitens der Studiengangleitung
- Entscheidung über Akkreditierung, Auflagen, Fristen und Empfehlungen durch die Hochschulleitung
- Erfüllung der Auflagen durch die Studiengangleitung
- Entscheidung über die die Erfüllung der Auflagen und die Akkreditierung durch die Hochschulleitung
- nach Beschluss der Hochschulleitung Möglichkeit der Beschwerde durch alle Prozessbeteiligten

- Veröffentlichung des Qualitätsberichts auf der Website der Hochschule und der Akkreditierungs-Datenbank.

Das Verfahren wird in der Regel zur Mitte des Semesters gestartet, das dem Semester, nach dem die Akkreditierung abläuft, vorausgeht.

3.3 Besonderheiten im Verfahrensablauf

/

3.4 Beteiligte Gremien

Prüfer:innen / Gutachtende	
Prüfer der formalen Kriterien	Stabsstelle QM Prof. Dr. Dietmar Wolff
Mitwirkende der Gutachtengruppe	Vertreter aus der Hochschullandschaft Prof. Dr. Raab Hochschule Ludwigshafen am Rhein Vertreter aus der Berufspraxis Dipl.-BW Michael Herrling MARKTPRAXIS Agentur für Digital Marketing, Inhaber Externe Studierende Milan Grammerdtorf Universität Bielefeld, Wirtschaftswissenschaften Alumni /
Beschlussgremium	
Hochschulleitung	Präsident Prof. Dr. Dr. h.c. Jürgen Lehmann Vizepräsident Lehre Prof. Dr. Dietmar Wolff Vizepräsident Forschung + Entwicklung Prof. Dr. Valentin Plenk Kanzler Matthias Schaller
Beschwerdeverfahren	
Ombudsperson	/

4. Zusammenfassende Qualitätsbewertung des Gutachtendengremiums

4.1 Gesamteindruck zur Studienqualität

Die Qualifikationsziele des Studiengangs sind klar und eindeutig formuliert. Das Curriculum des Studiengangs ist fundiert und beinhaltet die zentralen sowie relevanten Themen bzw. Fachgebiete eines Masterstudiums im Bereich Marketing Management. Die personelle Ausstattung des Studiengangs ist ausgezeichnet. Die Aktualität und Angemessenheit der fachlichen und wissenschaftlichen Anforderungen sind gewährleistet.

4.2 Stärken und Schwächen

Stärken:

Die Qualifikationsziele sind klar und eindeutig formuliert und werden den gegenwärtigen und zukünftigen Anforderungen einer beruflichen Tätigkeit auf dem Niveau eines Masterabschlusses im Bereich des Marketing Management vollumfänglich gerecht.

Das Curriculum des Studiengangs ist fundiert und beinhaltet die zentralen sowie relevanten Themen bzw. Fachgebiete eines Masterstudiums im Bereich Marketing Management. Besonders positiv hervorzuheben ist hierbei die fachliche Breite und interdisziplinäre Ausrichtung, die u.a. auch dem Bereich des Investitionsgütermarketings und des technischen Vertriebs sowie der Digitalisierung adäquat Rechnung trägt.

Die personelle Ausstattung des Studiengangs kann in Bezug auf Qualität und Quantität als ausgezeichnet bezeichnet werden und erfüllt die Anforderungen vollumfänglich.

Die fachlichen und wissenschaftlichen Anforderungen an einen Masterstudiengang Marketing Management sind in Bezug auf Aktualität und Angemessenheit in vollem Umfang erfüllt.

Schwächen:

Dem Bereich der Digitalisierung (z.B. Künstliche Intelligenz, Virtual Reality) könnte im Curriculum noch etwas mehr Aufmerksamkeit zukommen.

Darüber hinaus erscheint es sinnvoll, das Modul „Regionalmarketing und Management der öffentlichen Betriebe“ dahingehend zu modifizieren, dass anstelle des Bereichs „Management der öffentlichen Betriebe“ dem Thema „Nachhaltigkeit“ stärkere Beachtung geschenkt wird.

4.3 Datenerhebungen und Maßnahmen zur sowie Effekte der qualitätsgeleiteten Weiterentwicklung im Akkreditierungszeitraum

Weiterentwicklungen der Lehre und Lehrmethoden waren im Akkreditierungszeitraum insbesondere durch die Herausforderungen der Corona-Pandemie getrieben:

Die Weiterentwicklung der Professoren und Professorinnen in didaktischer Hinsicht kommt ab dem Sommersemester 2020 auch in der Verpflichtung zur Online-Lehre via Zoom zum Ausdruck. Hierzu waren Lehrkonzepte kurzfristig didaktisch umzustellen. Eine Abweichungssatzung der Hochschule

Hof hat hierzu den Rechtsrahmen geschaffen, Inhalte und Prüfungsformen, Prüfungsvoraussetzungen, Fristen und dgl. semesterweise anzupassen (oder bestehen zu lassen). Die Änderungen wurden jeweils zu Beginn des Semesters vom Fakultätsrat beschlossen.

Dieses wurde von allen Dozenten im Masterstudiengang „Marketing Management“ vollumfänglich umgesetzt. So stand beispielsweise zusätzlich erstelltes Lehrmaterial in Form von (Kurz-) Videos zum vertieften Wiederholen und Vorbereiten von Lehrveranstaltungen zur Verfügung. Hierfür wurden an der Hochschule Hof zusätzliche Kapazitäten in Form von Videoräumen und technischen Support (DAL-Service) geschaffen. Auch die gruppenweise oder individuelle Betreuung von Studierenden mittels zusätzlicher Zoom-Konferenzen war möglich und wurde genutzt. Die Durchführung der kompetenzorientierten Lehre und die Abhaltung von kompetenzorientierten Prüfungen waren damit in den ersten beiden Semestern im Masterstudiengang „Marketing Management“ auch in den Corona-Jahren jederzeit möglich. Nachteile von Studierenden konnten damit vermieden werden.

Weiterhin wurde die Evaluierung der Lehrveranstaltungen durchgeführt. Ziel der Evaluationen ist die kontinuierliche Verbesserung der Qualität von Studium, Lehre, Weiterbildung und Forschung. Besonders laufende Lehrveranstaltungen der Professorenschaft, wissenschaftlichen Mitarbeitenden oder externen Lehrkräfte sollen bewertet werden. Daher bestimmt der Evaluationsleitfaden, dass jede Veranstaltung mindestens einmal alle drei Jahre und pro Lehrperson mindestens eine Veranstaltung pro Semester evaluiert werden muss.

Neben der Lehrveranstaltungsevaluation wird die Absolventenbefragung durchgeführt. Mit Hilfe der Absolventenbefragung sollen Studierende, die ihr Studium an der Hochschule Hof abschließen, ihre Studienzeit Revue passieren lassen.

Weiterhin gibt es das CHE-Hochschulranking. Es ist das umfassendste und detaillierteste Ranking deutscher Universitäten und Fachhochschulen. Es umfasst 39 Fächer. Die Hochschule Hof nimmt seit dem Wintersemester 2013/2014 an dem Hochschulranking teil.

Anhand dieser und weiterer Ergebnisse werden Maßnahmen zur Qualitätssicherung abgeleitet.

4.4 Umgang mit Empfehlungen aus der vorangegangenen Akkreditierung

Zum Umgang mit Empfehlungen aus der vorangegangenen Akkreditierung wurde seitens der Gutachtenden keine Bewertung vorgenommen.

4.5 Beschlussempfehlung der Gutachtendengruppe

Die **formalen Kriterien** sind erfüllt nicht erfüllt

Die Stabsstelle Qualitätsmanagement schlägt folgende Auflage zu den formalen Kriterien vor, der sich das Gutachtergremium anschließt:

Auflage 1 (Kriterium 1.5 Modularisierung (§ 7 BayStudAkkV)): Anpassung des Modulhand-

buchs an die aktuell geltenden Vorgaben der BayStudAkkV und die neue Vorlage für Modulhandbücher der Hochschule.

Begründung: Die Modulhandbücher beinhalten die wesentlichen Angaben gem. BayStudAkkV, es fehlen jedoch die Verwendbarkeit des Moduls (welcher Zusammenhang mit anderen Modulen desselben Studiengangs besteht – es wird immer wieder betont, es gäbe diese Zusammenhänge nicht, das ist aus unserer Sicht aber eher im Sinne voraussetzender Kenntnisse, Fähigkeiten und Fertigkeiten gemeint – und inwieweit es zum Einsatz in anderen Studiengängen geeignet ist) sowie die Häufigkeit des Angebots.

Das Gutachtergremium spricht darüber hinaus folgende Empfehlung(en) zu den formalen Kriterien aus:

Empfehlung 1 (Kriterium 1.1 Studienstruktur und Studiendauer (§ 3 BayStudAkkV)):

Es sollte geprüft werden, wenn das freiwillig Praktikum von einer so großen Zahl von Studierenden genutzt wird, ob es dann nicht zu einem Pflichtbestandteil in Verbindung mit der Masterarbeit gemacht werden sollte. Pflichtpraktika erhöhen auch die Chancen, einen Praktikumsplatz bei Unternehmen zu finden. Und der Workload in den ersten beiden Semestern könnte reduziert werden.

Begründung: Viele Studierende nutzen die Möglichkeit der Modulwahl, um sich im letzten Semester komplett auf die Masterarbeit konzentrieren zu können, wodurch der Workload der ersten Semester ansteigt. Dass viele Studierende ein Praktikum absolvieren, auch um bereits Kontakte zu späteren Arbeitgebern zu knüpfen, sollte bedacht werden.

Empfehlung 2 (Kriterium 1.6 Leistungspunktesystem (§ 8 BayStudAkkV)):

Es sollte geprüft werden, ob in allen Fächern eine Prüfung erforderlich ist oder der Kompetenzerwerb auch auf andere Art und Weise festgestellt werden kann.

Begründung: Gem. BayStudAkkV ist es nicht erforderlich, dass die Vergabe von Leistungspunkten zwingend an eine Prüfung gekoppelt ist.

Empfehlung 3 (Kriterium 1.6 Leistungspunktesystem (§ 8 BayStudAkkV)): Grundsätzlich sollte noch einmal klargestellt werden, dass SWS die Maßeinheit der Lehrenden bzw. der Präsenzzeit ist. Damit sollte in der Hochschule darüber beraten werden, ob es weiterhin diesen zwingenden Zusammenhang zwischen SWS und ECTS geben soll.

Begründung: Jedem Modul ist in Abhängigkeit vom Arbeitsaufwand für die Studierenden eine bestimmte Anzahl von Leistungspunkten zugeordnet, die sich im Rahmen der Vorgabe der BayStudAkkV (25 bis höchstens 30 Zeitstunden je ECTS) bewegt. Gleiches gilt für die Masterarbeit. Die Summe der ECTS je Semester wird mit 30 eingehalten. Dabei sollte jedoch der Hinweis in Kap. 1.1 bzgl. des Workloads beachtet werden.

Empfehlung 4 (Kriterium 1.7 Anerkennung und Anrechnung (Art. 2 Abs.2 BayStudAkkV)):
Die Regelungen zu Anerkennung und Anrechnung sollten den Studierenden bzw. Studieninteressierten zugänglicher gemacht werden, möglichst auf einer übergreifenden Seite für alle Studiengänge.

Begründung: Die Anerkennung hochschulischer Kompetenzen gemäß der Lissabon-Konvention sind ebenso wie die Anrechnung außerhochschulischer Kompetenzen geregelt. Die detaillierten Modulbeschreibungen des Masterstudiengangs und die durchgängige Bewertung der Module mit vier, sechs bzw. neun Leistungspunkten erleichtern die Beurteilung der Gleichwertigkeit von Studien- und Prüfungsleistungen.

Die **fachlich-inhaltlichen Kriterien** sind erfüllt nicht erfüllt

4.6 Sondervoten

/

4.7 Kriterien abgeleitet aus Absolventenbefragungen

Bei der Absolventenbefragungen des Studiengangs im 2020/2021, gab es keine Teilnehmenden des Studiengangs.

4.8 Beschwerdeverfahren

/

5. Beschluss der Hochschulleitung

Die Hochschulleitung der Hochschule Hof hat im internen Programmakkreditierungsverfahren zum Studiengang Marketing Management (M.Sc.) folgenden Beschluss getroffen:

Formale Kriterien nach Teil 2 der BayStudAkkV	
Die formalen Kriterien sind	<input type="checkbox"/> erfüllt <input type="checkbox"/> erfüllt mit Empfehlungen <input checked="" type="checkbox"/> teilweise erfüllt mit Auflagen <input type="checkbox"/> überwiegend nicht erfüllt wegen erheblicher Mängel
Erteilte Auflagen formale Kriterien	Formale: Auflage 1 (Kriterium 1.5 Modularisierung (§ 7 BayStudAkkV)): Anpassung des Modulhandbuchs an die aktuell geltenden Vorgaben der BayStudAkkV und die neue Vorlage für Modulhandbücher der Hochschule.
Begründung für die Abweichung von dem Gutachtenden-Votum	/
Empfehlungen aus formalen Kriterien	Formale: Empfehlung 1 (Kriterium 1.1 Studienstruktur und Studiendauer (§ 3 BayStudAkkV)): Es sollte geprüft werden, wenn das freiwillig Praktikum von einer so großen Zahl von Studierenden genutzt wird, ob es dann nicht zu einem Pflichtbestandteil in Verbindung mit der Masterarbeit gemacht werden sollte. Pflichtpraktika erhöhen auch die Chancen einen Praktikumsplatz bei Unternehmen zu finden. Und der Workload in den ersten beiden Semestern könnte reduziert werden. Empfehlung 2 (Kriterium 1.6 Leistungspunktesystem (§ 8 BayStudAkkV)) Es sollte geprüft werden, ob in allen Fächern eine Prüfung erforderlich ist oder der Kompetenzerwerb auch auf andere Art und Weise festgestellt werden kann.
Begründung für die Abweichung von dem Gutachtenden-Votum	Seitens der Gutachtenden formulierte Empfehlung: Formale Kriterien, Empfehlung 3 und 4 sind Hinweise, die für alle Studiengänge gültig sind.
Fachlich-inhaltliche Kriterien nach Teil 3 der BayStudAkkV	
Die fachlich-inhaltlichen Kriterien sind	<input checked="" type="checkbox"/> erfüllt <input type="checkbox"/> erfüllt mit Empfehlungen <input type="checkbox"/> teilweise erfüllt mit Auflagen <input type="checkbox"/> überwiegend nicht erfüllt wegen erheblicher Mängel
Erteilte Auflagen fachlich-inhaltlichen Kriterien	/
Begründung für die Abweichung von dem Gutachtenden-Votum	/
Empfehlungen aus fachlich-inhaltlichen Kriterien	/
Begründung für die Abweichung von dem Gutachtenden-Votum	/

Beschlossene Änderungen des QM-Systems der Hochschule gesamt	Formale: Aus Empfehlung 3 (Kriterium 1.6 Leistungspunktesystem (§ 8 BayStudAkkV)) Grundsätzlich sollte noch einmal klargestellt werden, dass SWS die Maßeinheit der Lehrenden bzw. der Präsenzzeit ist. Damit sollte in der Hochschule darüber beraten werden, ob es weiterhin diesen zwingenden Zusammenhang zwischen SWS und ECTS geben soll. Aus Empfehlung 4 (Kriterium 1.7 Anerkennung und Anrechnung (Art. 2 Abs.2 BayStudAkkV)): Die Regelungen zu Anerkennung und Anrechnung sollten den Studierenden bzw. Studieninteressierten zugänglicher gemacht werden, möglichst auf einer übergreifenden Seite für alle Studiengänge.
Begründung des Beschlusses	Seitens der Gutachtenden formulierte Empfehlung: Formale Kriterien, Empfehlung 3 und 4 sind Hinweise, die für alle Studiengänge gültig sind.
Beschluss	
Beschlussdatum	29.09.2022
Beschluss	<input type="checkbox"/> Verleihung des Siegels des Akkreditierungsrates <input checked="" type="checkbox"/> Verleihung des Siegels des Akkreditierungsrates <u>mit</u> Auflagen <input type="checkbox"/> <u>keine</u> Verleihung des Siegels des Akkreditierungsrates
Zeitliche Befristung der Verleihung	29.09.2023
Prüfung der Auflagenerfüllung	
Hochschulleitung	Präsident Prof. Dr. Dr. h.c. Jürgen Lehmann Vizepräsident Lehre Prof. Dr. Dietmar Wolff Vizepräsident Forschung + Entwicklung Prof. Dr. Valentin Plenk Kanzlerin Ute Coenen
Beschlussdatum erste Akkreditierungsentscheidung	29.09.2022
Frist zur Auflagenerfüllung endet am	29.09.2023
Beschlussdatum Prüfung der Auflagenerfüllung	03.08.2023
Finales Beschlussdatum	03.08.2023
Auflagen formale Kriterien erfüllt	<input checked="" type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nein
Auflagen fachlich-inhaltliche Kriterien erfüllt	<input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nein <input checked="" type="checkbox"/> entfällt
Finaler Beschluss	<input checked="" type="checkbox"/> Verleihung des Siegels des Akkreditierungsrates <input type="checkbox"/> <u>keine</u> Verleihung des Siegels des Akkreditierungsrates
<i>sofern keine Verleihung:</i> Begründung für Nicht-Verleihung	/
Akkreditiert bis	30.09.2030

6. Erweiterungsakkreditierung: Profilvermerkmal „dual“

6.1 Beteiligte Gremien

Prüfer:innen / Gutachtende	
Prüfer der formalen Kriterien	Stabsstelle QM Susann Thoß
Mitwirkende der Gutachtendengruppe	Vertreter aus der Hochschullandschaft Prof. Dr. Hans- Christoph Reiss, Hochschule Mainz Vertreter aus der Berufspraxis Andreas Tielmann, advacon GmbH & Co. KG Externer Studierende Konstantin Schultewolter /
Beschlussgremium	
Hochschulleitung	Präsident Prof. Dr. Dr. h.c. Jürgen Lehmann Vizepräsident Lehre Prof. Dr. Dietmar Wolff Vizepräsident Forschung + Entwicklung Prof. Dr. Valentin Plenk Kanzlerin Ute Coenen
Beschwerdeverfahren	
Ombudsperson	/

6.2 Zusammenfassende Qualitätsbewertung der Gutachtendengruppe

6.2.1 Eindruck zur Studienqualität im besonderen Profilvermerkmal „Dual“

Schwerpunkte im Rahmen der Begutachtung:

- Organisatorische Verzahnung: Praxisorientierung
- Studierbarkeit bei 3-semesterigem Masterstudium
- Eigenständige Lehrveranstaltungen für dual Studierende
- Theorie-Praxis-Verzahnung, auch bei Aspekt Internationalisierung
- Anwendungsorientiertes Studiengangprofil (gem. § 4 BayStudAkkV)
- Themen, die bei der Begutachtung des Profilvermerkmals „Dual“ eine herausgehobene Rolle gespielt haben.

Der Studiengang weist ein in sich geschlossenes Studiengangskonzept aus, das die besonderen Charakteristika des Profils angemessen darstellt.

Der Studiengang bereitet auf Fach- und Führungsaufgaben in den o.g. Berufs- und Tätigkeitsbereichen vor. Insbesondere werden Kenntnisse, Fertigkeiten und Kompetenzen im technologie-orientierten Marketing-Management, in der Planung, der Bewertung und im Einsatz digitaler Marketing-Instrumente, im analytischen Umgang mit großen Datenmengen sowie im Datenschutz und gewerblichen Rechtsschutz vermittelt. Special Skills werden im Wahlbereich angeboten, darunter z.B. interkulturelles Training, New Venture Marketing, Geschäftsmodelle entwickeln und gestalten und Recht und Wirtschaft in der EU.

Der innovative Studiengang wird von den Peers mit Blick auf Akkreditierungskriterien durchgehend als sehr erfolgversprechend beurteilt.

6.2.2 Stärken und Schwächen im besonderen Profilvermerkmal „Dual“

Schwächen:

- Thematische Anregungen: Sprachentwicklung, Internationalisierung

Stärken:

- Aktualität/Employability
- Qualifikationsziele
- SG-Konzept
- Master-Niveau sowie grundlegende Ausrichtung inkl. hervorragend ausgearbeitetem MHB sehr gut
- Studierbarkeit und Vereinbarkeit mit Berufstätigkeit: Durch Teilzeit in besonderer Weise gegeben

6.3 Entscheidungsvorschlag des Gutachtergremiums zur Erfüllung der formalen Kriterien gemäß Prüfbericht „Dual“

Die formalen Kriterien sind

erfüllt

nicht erfüllt

6.4 Entscheidungsvorschlag des Gutachtergremiums zur Erfüllung der fachlich-inhaltlichen Kriterien gemäß Gutachten „Dual“

Die fachlich-inhaltlichen Kriterien sind

- erfüllt
 nicht erfüllt

Das Gutachtergremium spricht folgende Empfehlung(en) zu den fachlich-inhaltlichen Kriterien aus:

Empfehlung 1 (Kriterium Besonderer Profilanpruch (§ 12 Abs. 6 BayStudAkkV)):

Es empfiehlt sich, nach 4 bis 6 Semestern Studienbetrieb in diesem Masterangebot eine Prüfung der Einbindung der Praxispartner vorzunehmen, um die Häufigkeit der gemeinsamen Veranstaltungen mit den Partnern zu deren Einbindung ggfs. an die betrieblichen Erfordernisse vorzunehmen.

Empfehlung 2 (Kriterium Besonderer Profilanpruch (§ 12 Abs. 6 BayStudAkkV)):

Die Vorschläge zur Internationalisierung und zur Sprachkompetenzerweiterung sollten auch in diesem Master-Angebot obligatorisch gelten (z.B. eine „Teaching Week“). Einzelne Lehrveranstaltungen in englischer Sprache (z.B. mit Gastdozent:innen) sind erwünscht und könnten mit dem Sprachenzentrum ausgebaut werden.

Empfehlung 3 (Kriterium Besonderer Profilanpruch (§ 12 Abs. 6 BayStudAkkV)):

Von Klausurprüfungen abweichende Prüfungsformen können für dual Studierende sehr sinnvoll sein, besonders in dem auf höhere wissenschaftliche Standards bezogenen MA-Studium. Es ist zu empfehlen diese Prüfungsformen in der SPO für die Herausstellung des Merkmals der Dualität zur Einarbeitung vorzusehen und zu erproben sind.

Empfehlung 4 (Kriterium Besonderer Profilanpruch (§ 12 Abs. 6 BayStudAkkV)):

In der SPO sollten eigenständige, auf das Merkmal „dual“ hin gestaltete, praxisbegleitende Lehrveranstaltungen / Module verankert werden.

Empfehlung 5 (Fachlich-Inhaltliche Gestaltung der Studiengänge (§ 13 Abs. 1 BayStudAkkV)):

Für dual MA-Studierende ist eine Arbeitsbelastung durch das Studium von bis zu 20 Stunden durch das Studium hoch. Es wird empfohlen in einem intensiven Austausch mit den Kooperationsunternehmen im Hinblick auf inhaltliche Verzahnungen zum Kompetenzerwerb und zum praktischen Nutzen diese Arbeitsbelastung zu thematisieren. Es ist zielführend, hier Übereinstimmungen in der Beurteilung explizit zu erzielen.

Empfehlung 6 (Fachlich-Inhaltliche Gestaltung der Studiengänge (§ 13 Abs. 1 BayStudAkkV)):
Die Vereinbarkeit mit aktuellen Rechtsvorschriften ist grundsätzlich sehr gut gegeben. Das Modul-Handbuch sollte ggf. im Hinblick auf spezifische Lehrveranstaltungen für Dual-Studierenden überarbeitet werden. Bezüglich der SPO wird noch Anpassungsbedarf an die Dualität der Studienorte festgestellt. Gegenstand einer differenzierteren Betrachtung war dies in der Akkreditierung nicht.

Empfehlung 7 (Fachlich-Inhaltliche Gestaltung der Studiengänge (§ 13 Abs. 1 BayStudAkkV)):
Beim Abgleich zwischen SPO und Modul-Handbuch sind nur wenige Stellen aufgefallen, die einer Verbesserung bedürfen. Es wird empfohlen, das Modul-Handbuch idealerweise vor Start der neuen WiSe-Kohorte anzupassen.

Empfehlung 8 (Fachlich-Inhaltliche Gestaltung der Studiengänge (§ 13 Abs. 1 BayStudAkkV)):
Perspektivisch sollte die Einbeziehung des jeweils betroffenen Partnerbetriebes in die Präsentation und Diskussion der Ergebnisse verbindlich geregelt werden (heute: „sollte“). Dabei ist auch zu regeln, ob und wie Einschätzungen der Praxispartner in die Bewertung durch die Hochschule einbezogen werden können.

Empfehlung 9 (Kooperationen mit nichthochschulischen Einrichtungen (§ 19 BayStudAkkV)):
Der Vertrag sieht die verbindliche Benennung eines betrieblichen Betreuers für den Studierenden vor, enthält aber keine Regelung zu dessen Qualifikationsniveau.

Empfehlung 10 (Kooperationen mit nichthochschulischen Einrichtungen (§ 19 BayStudAkkV)):
Im Rahmen der Einbeziehung des Lernortes Betrieb in das Qualitätsmanagement der Hochschule sollte dies auch in den Kooperationsvertrag aufgenommen werden (Hinweis auf Einbeziehung in die Evaluation).

6.5 Stellungnahme zum Prüfbericht „Dual“ der formalen Kriterien (wird hochschulintern geprüft)

Die formalen Kriterien werden von der Stabstelle QM als erfüllt bewertet.
Es werden seitens der Gutachtenden keine Empfehlungen formuliert.

7. Beschluss der Hochschulleitung (Erweiterungsakkreditierung)

Erweiterungsakkreditierung: Profilerspruch „Dual“	
Hochschulleitung	Präsident Prof. Dr. Dr. h.c. Jürgen Lehmann Vizepräsident Lehre Prof. Dr. Dietmar Wolff Vizepräsident Forschung + Entwicklung Prof. Dr. Valentin Plenk Kanzlerin Ute Coenen
Finales Beschlussdatum	03.08.2023
Finaler Beschluss	<input checked="" type="checkbox"/> Verleihung des Siegels des Akkreditierungsrates <input type="checkbox"/> <u>keine</u> Verleihung des Siegels des Akkreditierungsrates
<i>sofern keine Verleihung:</i> Begründung für Nicht-Verleihung	/
Akkreditiert bis	30.09.2030 (entsprechend Beschluss der Hochschulleitung im Erstverfahren vom 03.08.2023)

Anhang - Akkreditierungsurkunde



Akkreditierungsurkunde

Der Studiengang

Marketing Management (M.Sc.)

hat mit Erfolg die internen Qualitätssicherungsmaßnahmen der Hochschule für angewandte Wissenschaften Hof durchlaufen.

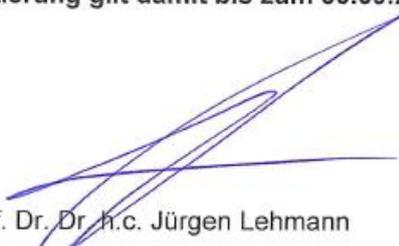
Die Hochschule für angewandte Wissenschaften Hof wurde re-systemakkreditiert durch den Akkreditierungsrat mit Beschluss vom 22.09.2022. Aufgrund der Systemakkreditierung ist die Hochschule für angewandte Wissenschaften Hof berechtigt, ihre Studiengänge selbst zu akkreditieren.



Nach Erstbeschluss vom 29.09.2022

wurde die Auflagenerfüllung zum 03.08.2023 festgestellt.

Die Akkreditierung gilt damit bis zum 30.09.2030.


Prof. Dr. Dr. h.c. Jürgen Lehmann