Beschluss der FIBAA-Akkreditierungskommission für Programme

92. Sitzung am 25./26. September 2014

Projektnummer: 13/141
Hochschule: International University Bad Honnef (IUBH), Standort Bad Honnef
Studiengang: International Marketing Management (B.A.)

Die FIBAA-Akkreditierungskommission für Programme beschließt wie folgt:

Der Studiengang wird gemäß § 7 Abs. 2 i.V.m. § 10 Abs. 1 der Sonderbedingungen für die Vergabe des FIBAA-Qualitätssiegels für Programmakkreditierung vom 11.10.2011 in der zum Vertragsschluss geltenden Fassung für fünf Jahre akkreditiert.

Akkreditierungszeitraum: 26. September 2014 bis Ende Wintersemester 2019/20

Das Qualitätssiegel der FIBAA wird vergeben.

Gutachten

Hochschule:
Internationale Hochschule Bad Honnef (IUBH), Standort Bad Honnef

Bachelor-Studiengang:
International Marketing Management

Abschlussgrad:
Bachelor of Arts (B.A.)

Allgemeine Informationen zum Studiengang

Kurzbeschreibung des Studienganges:
Ziel des Bachelor-Studienganges „International Marketing Management“ ist es, angehenden Führungskräften neben einer breiten betriebswirtschaftlichen Grundlagenausbildung eine fachliche Gründung und Vertiefung im Berufsfeld International Marketing Management (Theorie und Praxis) zu ermöglichen. Die Entwicklung von wissenschaftlich / analytischen, internationalen / interkulturellen und überfachlichen Qualifikationen steht als wichtiges Standbein eines lebenslangen Lernens gleichberechtigt neben den Fachinhalten. Darüber hinaus bestehen direkte Bezüge zu wichtigen betriebswirtschaftlichen Fachinhalten und Tätigkeitsbereichen im Umfeld des Marketing (wie z.B. Unternehmenskommunikation, E-Commerce und Vertrieb). Absolventen des Programms sollen dort Fach- und Führungsaufgaben übernehmen. Darüber hinaus werden Schlüsselqualifikationen und Kompetenzen in den Bereichen Online Marketing, Marketingkommunikation sowie Vertrieb und Verkauf vermittelt.

Zuordnung des Studienganges:
grundständig

Studiendauer:
6 Semester

Akkreditierungsart:
Erst-Akkreditierung

Studienform:
Vollzeit

Double/Joint Degree vorgesehen:
nein

Aufnahmekapazität:
25 Studierende (Wintersemester)
20 Studierende (Sommersemester)

Start zum:
sowohl zum Wintersemester als auch zum Sommersemester

Erstmaliger Start des Studienganges:
Wintersemester 2014/15

Zügigkeit (geplante Anzahl der parallel laufenden Jahrgänge):
einzügig

Umfang der ECTS-Punkte des Studienganges:
180

Stunden (Workload) pro ECTS-Punkt:
30

Ablauf des Akkreditierungsverfahrens[1]

Am 18. Dezember 2013 wurde zwischen der FIBAA und der „Internationale Hochschule Bad Honnef, Bonn“, ein Vertrag über die Akkreditierung des Studienganges International Marketing Management (B.A.) geschlossen. Am 2. April 2014 übermittelte die Hochschule einen begründeten Antrag, der eine Darstellung des Studienganges umfasst und das Einhalten der Kriterien für die Akkreditierung von Studiengängen dokumentiert.

Parallel dazu bestellte die FIBAA ein Gutachterteam. Sie stellte zur Zusammensetzung des Gutachterteams das Benehmen mit der Hochschule her; Einwände wurden nicht geäußert. Dem Gutachterteam gehörten an:

Prof. Dr. Alexander Eisenkopf
Zeppelin University Friedrichshafen
Lehrgebiet: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Mobility Management, Volkswirtschaftslehre, Logistik, Transportwirtschaft
Friedrichshafen, Deutschland

Prof. Dr. Dietmar Brodel
FH Kärnten
Leiter des Studienbereichs Wirtschaft & Management
(Internationales Management, Organisation, Unternehmensführung, Umweltmanagement)
Villach, Österreich

Prof. Dr. Norbert Drees
Fachhochschule Erfurt
Lehrgebiet: Marketingmanagement, insb. Marketingplanung, Markenmanagement, Kommunikation, Sponsoring
Erfurt, Deutschland

Dr. sc. nat. ETH Bruno J. Steurer
Swiss Life AG
Group Head Learning & Development
Zürich, Schweiz

Benjamin Rohrer B.Sc.
Universität Innsbruck
Studiengang: Angewandte Ökonomik (M.Sc.)
Innsbruck, Österreich

FIBAA-Projektmanagerin:
Brankica Assenmacher M.A.

Die Begutachtung beruht auf der Antragsbegründung, ergänzt um weitere, vom Gutachterteam erbetene Unterlagen, und einer Begutachtung vor Ort. Die Begutachtung vor Ort wurde am 22. und 23. Mai 2014 in den Räumen der Hochschule in Bad Honnef durchgeführt. Im gleichen Cluster wurden die folgenden Master-Studiengänge begutachtet: International Marketing Management (M.A.), International Human Resource Management (M.A.), International Finance & Accounting (M.A.), International Aviation Management (M.A.), International Hospitality Management (M.A.), International Health Care Management (M.A.), IT-Management (M.A.), Transport & Logistics Management (M.A.), International Business (MBA, 60 CP) und

[1] Lediglich zur Vereinfachung der Lesbarkeit des Gutachtens erfolgt im Folgenden keine geschlechtsbezogene Differenzierung.

International Business (MBA, 90 CP). Zum Abschluss des Besuchs gab das Gutachterteam gegenüber Vertretern der Hochschule ein kurzes Feedback zu ihren ersten Eindrücken.

Das auf dieser Grundlage erstellte Gutachten wurde der Hochschule am 25. August 2014 zur Stellungnahme zugesandt. Die Hochschule übermittelte ihre Stellungnahme zum Gutachten am 4. September 2014; die Stellungnahme ist im vorliegenden Gutachten bereits berücksichtigt.

Zusammenfassung

Der Bachelor-Studiengang „International Marketing Management“ (B.A.) der „Internationale Hochschule Bad Honnef, Bonn“ (Hochschule), Standort Bad Honnef, erfüllt die FIBAA-Anforderungen für Bachelor-Studiengänge und kann von der Foundation for International Business Administration Accreditation (FIBAA) für einen Zeitraum von fünf Jahren vom 26. September 2014 bis zum Ende des Wintersemesters 2019/20 akkreditiert werden. Er entspricht den European Standards and Guidelines, dem Europäischen Qualifikationsrahmen und ist Bologna-konform.

Darüber hinaus gibt es eine Reihe von Kriterien, welche die Qualitätsanforderungen übertreffen:

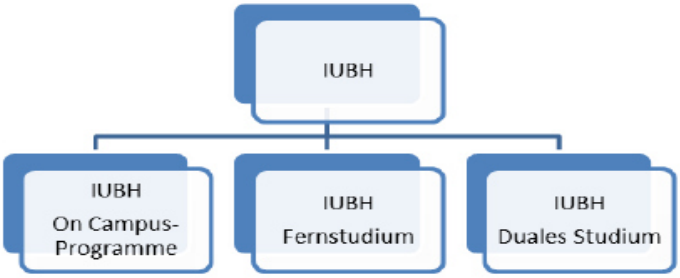
- Die internationale Ausrichtung des Studienganges (s. Kapitel 1.3).
- Die Internationale und interkulturelle Inhalte (s. Kapitel 3.3).
- Die Internationalität der Lehrenden (s. Kapitel 3.3).
- Der Fremdsprachenanteil (s. Kapitel 3.3).
- Die pädagogische/didaktische Qualifikation des Lehrpersonals (s. Kapitel 4.1).
- Die Praxiskenntnisse des Lehrpersonals (s. Kapitel 4.1).
- Die Betreuung der Studierenden durch das Lehrpersonal (s. Kapitel 4.1).
- Die Kooperation mit Wirtschaftsunternehmen (s. Kapitel 4.3).
- Die Anzahl und technische Ausstattung der Bibliotheksarbeitsplätze der Studierenden (s. Kapitel 4.4).
- Karriereberatung und Placement Service (s. Kapitel 4.5).
- Personenbezogene Beratung und Betreuung der Studierenden (s. Kapitel 4.5).

Zur Gesamtbewertung siehe das Qualitätsprofil im Anhang.

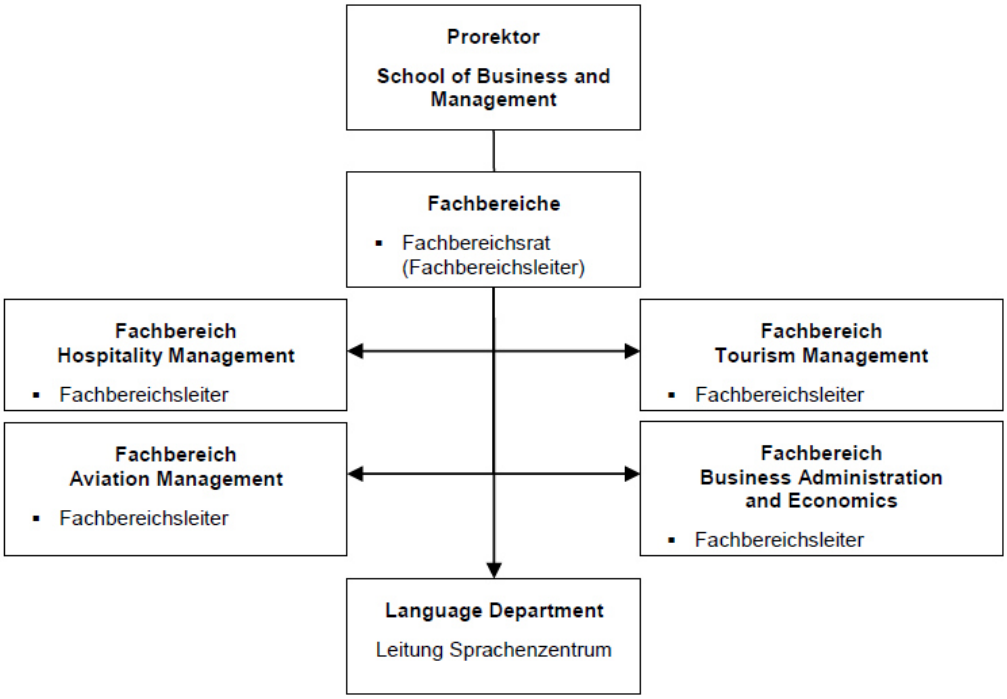
Informationen

Informationen zur Institution

Die „Internationale Hochschule Bad Honnef, Bonn“ (Hochschule) ist eine im Jahr 1998 gegründete, vom Land Nordrhein-Westfalen staatlich anerkannte Hochschule in privater Trägerschaft. Trägerin der Hochschule ist die „Internationale Hochschule Bad Honnef GmbH“ mit Sitz in Bad Honnef, deren alleiniger Gesellschafter die „Career Partner GmbH“, München, ist. Der Studienbetrieb wurde im Jahr 2000 aufgenommen. Derzeit studieren ca. 1.800 Studierende. Gemäß ihrer Grundordnung versteht sich die Hochschule als anwendungsorientiertes Kompetenzzentrum für Lehre und Forschung im Bereich des Dienstleistungsmanagements in internationalen Kontexten. Die Hochschule gliedert sich in folgende drei Säulen:



Die Struktur der IUBH School of Business and Management ist organisatorisch in die zwei Studienstandorte Bad Honnef und Bad Reichenhall unterteilt sowie in ihrer fachlichen / disziplinären Struktur nach Fachbereichen untergliedert. Diese orientieren sich primär an dem Studienangebot der IUBH On Campus-Programme und werden um ein Sprachenzentrum ergänzt.



Der hier gegenständliche Studiengang wird innerhalb der On Campus-Programme und darunter im Fachbereich Business Administration and Economics angeboten.

Darstellung und Bewertung im Einzelnen

1 Ziele und Strategie

1.1 Logik und Nachvollziehbarkeit der Zielsetzung des Studienganges (Asterisk-Kriterium)

Ziel des Studienganges ist es, angehenden Führungskräften neben einer breiten betriebswirtschaftlichen Grundlagenausbildung eine fachliche Gründung und Vertiefung im Berufsfeld International Marketing Management (Theorie und Praxis) zu ermöglichen. Die Entwicklung von wissenschaftlich / analytischen, internationalen / interkulturellen und überfachlichen Qualifikationen steht als wichtiges Standbein eines lebenslangen Lernens gleichberechtigt neben den Fachinhalten. Darüber hinaus bestehen direkte Bezüge zu wichtigen betriebswirtschaftlichen Fachinhalten und Tätigkeitsbereichen im Umfeld des Marketing (wie z.B. Unternehmenskommunikation, E-Commerce und Vertrieb). Absolventen des Programms sollen dort Fach- und Führungsaufgaben übernehmen. Darüber hinaus werden Schlüsselqualifikationen und Kompetenzen in den Bereichen Online Marketing, Marketingkommunikation sowie Vertrieb und Verkauf vermittelt. Um den Anspruch einer internationalen Managementausbildung weiter zu unterstreichen, finden die Lehrveranstaltungen vollständig in englischer Sprache statt. Die Entwicklung von zivilgesellschaftlichem Engagement fördert die IUBH zusätzlich beispielsweise durch Non-Profit-Aktionen oder innerhalb der Lehrveranstaltungen durch ethische Themenstellungen oder durch die Simulation von Streitgesprächen.

Bewertung:

Die Hochschule hat ein schlüssiges Studiengangskonzept vorgelegt, das eine wissenschaftliche sowie praktisch orientierte Ausbildung in der Betriebswirtschaftslehre und der Volkswirtschaftslehre umfasst. Studierende erlernen dabei Managementmethoden, die speziell auf die Tätigkeit im Aufgabenbereich Marketing-Management für internationale Unternehmen angepasst wurden. Wie in den Gesprächen vor Ort erläutert wurde, ist es vorgesehen, betriebswirtschaftliches Marketing Know-how mit Branchenspezifika im Dienstleistungssektor zu verbinden, um die Studierenden auch für Tätigkeiten im Dienstleistungssektor oder in Unternehmen mit dienstleistungsnahen Leistungsangeboten zu befähigen. Die Gutachter empfehlen, die Orientierung auf den Dienstleistungssektor in den Modulbeschreibungen deutlicher zum Ausdruck zu bringen. Zudem legt die Hochschule Wert auch auf die Persönlichkeitsentwicklung und Befähigung zum zivilgesellschaftlichen Engagement, die durch Schlüsselqualifikationen und durch interkulturelle Kompetenzen adressiert werden.

		Exzellent	Qualitäts-anforderung übertroffen	Qualitäts-anforderung erfüllt	Qualitäts-anforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
1.	**Ziele und Strategie**					
1.1*	Logik und Nachvollziehbarkeit der Zielsetzung des Studienganges (Asterisk-Kriterium)			x		

1.2 Positionierung des Studienganges

Nach Angaben der Hochschule gebe es derzeit keine direkt vergleichbaren Bachelor-Studienangebote mit Fokussierung auf Dienstleistungsunternehmen und die Dienstleistungsbranche im Allgemeinen in Deutschland. Hierzu hat die Hochschule die Ergebnisse ihrer internen Analyse des Bildungsmarktes vorgestellt. Die Analyse zeigte zudem, dass der

Studiengang hinsichtlich seiner komplett englischsprachigen Durchführung keine Konkurrenz deutschlandweit hat.

Hinsichtlich der Positionierung des vorliegenden Bachelor-Studienganges im Arbeitsmarkt führt die Hochschule aus, sie habe die arbeitsmarktrelevanten Kompetenzen der Absolventen unter Berücksichtigung der Analysen der Bundesagentur für Arbeit für den Bereich Marketing berücksichtigt. Zusätzlich werde durch den Career Service, wie bei allen anderen Studiengängen der Hochschule auch, eine fortlaufende Befragung der Absolventen durchgeführt, um die Nachfrage der Wirtschaft nach den Absolventen der Internationalen Hochschule zu ermitteln. Hierbei werden auch die Zeitspanne bis zum Jobeintritt (in Monaten), der Anteil der Absolventen, die innerhalb der ersten 18 Monate befördert wird, sowie der Anteil der Studierenden, die weiterstudieren, ermittelt.

Die Positionierung des Studienganges im strategischen Konzept der Hochschule werde in einem jährlichen Prozess hinsichtlich der Erreichung der im Leitbild vorgegebenen Leistungsmerkmale überprüft. So würden auf dieser Basis entsprechende Programmstrategien entwickelt werden. Profilbildend für die Hochschule sei neben der Konzentration auf den Dienstleistungssektor auch das hohe Maß an Praxis- und Entscheidungsorientierung sowie Internationalität. Der hier betreffende Studiengang unterstreiche somit das Ziel der Hochschule, den Bildungsmarkt als Kompetenzzentrum für den Dienstleistungssektor sowohl in branchenmäßiger als auch funktionaler Hinsicht zu bereichern, und füge sich in das Studienangebot und -konzept der Hochschule ein.

Bewertung:

Die IUBH hat den Bildungsmarkt analysiert und das hier gegenständliche Programm durch Entwicklung eines eigenständigen Profils positioniert. Die Fokussierung der Ausbildung auf Tätigkeiten im Dienstleistungsbereich sollte nach Außen noch deutlicher zum Ausdruck gebracht werden. Die konsequenten fremdsprachlichen und praxisbezogenen Komponenten lassen keinen Zweifel an der Wettbewerbsfähigkeit des Programms im Bildungsmarkt. Da diese Merkmale auch Bestandteil der strategischen Ausrichtung der Hochschule sind, ist der Studiengang ebenfalls in das Leitbild der IUBH stimmig eingebunden.

Gleiches gilt für die Positionierung des gegenständlichen Studienganges im Arbeitsmarkt für Absolventen. Auch hier hat die IUBH den Bedarf an Absolventen analysiert und zusätzlich durch eigene Recherchen die akademischen Erwartungen im Bereich Internationales Marketing identifiziert und ausgewertet, um die dortigen Aussagen in die angestrebten Qualifikations- und Kompetenzziele zu integrieren.

		Exzellent	Qualitäts-anforderung übertroffen	Qualitäts-anforderung erfüllt	Qualitäts-anforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
1.2	Positionierung des Studienganges					
1.2.1	Positionierung des Studienganges im Bildungsmarkt			x		
1.2.2	Positionierung des Studienganges im Arbeitsmarkt für Absolventen („Employability“)			x		
1.2.3	Positionierung des Studienganges im strategischen Konzept der Hochschule			x		

1.3 Internationale Ausrichtung des Studienganges (Asterisk-Kriterium)

Nach Angaben der Hochschule sei es zentraler Bestandteil der Studiengangskonzeption, die Internationalität in Lehre und Studium sicherzustellen. Der vorliegende Studiengang befähige die Absolventen durch gezielte Wissensvermittlung und Kompetenzentwicklung in besonderer Weise für die Bewältigung internationaler Aufgabenstellungen. Zentrale Kriterien für die internationale Ausrichtung des Bachelor-Studienganges seien die Internationalität der Studierendengruppe, die Internationalität der Lehrenden, die internationalen Inhalte im Curriculum sowie die Tatsache, dass das Studienprogramm vollständig in englischer Sprache durchgeführt werde.

Bewertung:

Dem Anspruch auf Internationalität wird der Studiengang vollauf gerecht. Lehre und Studium stimmen durchgängig mit dem Studiengangsziel überein und sind auf die Qualifizierung für Tätigkeiten im international operierenden Unternehmen ausgerichtet. Das Studium findet zudem vollständig in englischer Sprache statt. Die internationale Ausrichtung manifestiert sich überdies in den curricularen Inhalten, den eingesetzten Fallstudien, der angegebenen Fachliteratur und dem angebotenen und organisatorisch geförderten Praktikum im Ausland, das curricular eingebunden ist.

		Exzellent	Qualitäts-anforderung übertroffen	Qualitäts-anforderung erfüllt	Qualitäts-anforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
1.3*	Internationale Ausrichtung		x			

1.4 Geschlechtergerechtigkeit und Chancengleichheit

Als international orientierte Hochschule fühle sich die IUBH den Forderungen des Vertrags über die Europäische Union sowie dem Grundgesetz der Bundesrepublik Deutschland verpflichtet, die den Schutz gegen jegliche Diskriminierung erheben. Die Förderung von Geschlechtergerechtigkeit diene zudem auch der angemessenen Repräsentanz beider Geschlechter auf allen Ebenen und in allen Stufen der Hochschule. So betrage der Frauenanteil im professoralen Lehrkörper 29% und bei den wissenschaftlichen Mitarbeitern und Lehrkräften für besondere Aufgaben liege dieser Anteil bei 50%. Indiz für ein erfolgreiches Bemühen um Geschlechtergerechtigkeit sei zudem der hohe Anteil von Absolventinnen, der bei 60% liege. Die Gewährung von Nachteilsausgleichen für Studierende mit Behinderung sei in der Studien- und Prüfungsordnung sowie für das Auswahlverfahren in der Einschreibungs- und Anerkennungsordnung geregelt. Zudem stehe das Student Support Office Studierenden in besonderen Lebenslagen oder Studierenden mit gesundheitlichen Einschränkungen zur Verfügung.

Bewertung:

Die beschriebene und bei der Begutachtung vor Ort angetroffene Hochschulwirklichkeit lässt erkennen, dass Geschlechtergerechtigkeit und die gleichberechtigte Entwicklung der Frauen in allen Statusgruppen ein ernsthaftes Bemühen der Hochschule ist, dem ausweislich der statistischen Datenlage guter Erfolg attestiert werden kann. Ein Nachteilsausgleich für Studierende mit Behinderungen wird durch entsprechende Regelungen in der Studien- und Prüfungsordnung sowie in der Einschreibungs- und Anerkennungsordnung für alle Studien- und Prüfungsleistungen wie auch für das Auswahlverfahren gewährleistet.

Studierenden in besonderen Lebenslagen widmet die Hochschule ein besonderes Augenmerk. So finden z.B. Erziehende im „Student Support Service“ Rat und Unterstützung, ausländische Studierende werden durch das „International Office“ eng betreut und mithilfe verschiedener Stipendienprogramme wird auch Studierenden eine akademische Ausbildung ermöglicht, die ohne diese Förderung in bildungsferneren Berufen verblieben wären. Bei den Gesprächen vor Ort konnte die Hochschule überzeugend darlegen, dass beispielsweise bereits spezielle Betreuungskonzepte in Form individueller Vorlesungspläne für Studierende mit gesundheitlichen Einschränkungen angeboten werden, was seitens der Gutachter begrüßt wird.

		Exzellent	Qualitäts-anforderung übertroffen	Qualitäts-anforderung erfüllt	Qualitäts-anforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
1.4	Geschlechtergerechtigkeit und Chancengleichheit			x		

2 ZULASSUNG (ZULASSUNGSPROZESS UND -VERFAHREN)

Die Hochschule verweist auf § 4 der Studien- und Prüfungsordnung (SPO) in Verbindung mit § 3 der Einschreibungs- und Anerkennungsordnung für Präsenzstudiengänge. Demnach ist der Nachweis der allgemeinen Hochschulreife, der fachgebundenen Hochschulreife, der Fachhochschulreife oder eines gleichwertigen Vorbildungsnachweises Voraussetzung für die Aufnahme des Studiums. Beruflich Qualifizierten ermögliche die IUBH ebenfalls einen Zugang. Einzelheiten hierüber sind ebenfalls im § 3 der Einschreibungsordnung geregelt. Darüber hinaus müssten die Studienbewerber ausreichende Englisch-Kenntnisse (mindestens TOEFL (internet based) mit 80 Punkten bzw. IELTS-Test mit 6,0 von 10 Punkten) erbringen und die Aufnahmeprüfung bestehen.

Die Bewerbung an der IUBH sei darüber hinaus ganzjährig möglich. Um möglichst vielen Bewerbern die Möglichkeit zur Prüfung zu geben, biete die Hochschule die Aufnahmeprüfung regelmäßig an. Dabei würden die meisten Termine jeweils in den zwei Monaten vor Studienbeginn liegen, um der Nachfrage gerecht zu werden. Die Aufnahmeprüfung habe grundsätzlich eine Gültigkeit von zwei Jahren, um Bewerbern die Möglichkeit zu geben, z.B. nach dem Abitur und vor einem längeren Auslandsaufenthalt zu prüfen, ob das Studium nach der Rückkehr gestartet werden kann.

Um am Auswahlverfahren teilzunehmen, müssen die Studienbewerber die folgenden Unterlagen einreichen:

- tabellarischer Lebenslauf
- „Letter of Motivation“ (1-2 DIN A4-Seiten in Englisch)
- beglaubigte Kopie des Abitur- oder Fachhochschulreifezeugnisses
- Original-Ergebnisbericht des TOEFL oder IELTS-Tests (s.o.)
- Kopie des Personalausweises

Darüber hinaus müssen die Bewerber eine hochschuleigene Aufnahmeprüfung erfolgreich absolvieren. Diese umfasst einen schriftlichen Teil, in dem das Wissen in den Bereichen Allgemeinbildung, Englisch und Mathematik geprüft wird, und einen mündlichen Teil in Form eines Bewerbungsgesprächs mit Professoren der Hochschule. In diesem Gespräch werden die Bewerber auf ihre Motivation und Persönlichkeit überprüft. Beide Teilprüfungen werden komplett in Englisch durchgeführt.

Die Ergebnisse des schriftlichen und mündlichen Teils der Aufnahmeprüfung fließen zu gleichen Teilen in das Gesamtergebnis der Aufnahmeprüfung ein. Der Kandidat muss insgesamt mindestens 50% erreichen, um das Studium aufnehmen zu können. Nach erfolgreicher Teilnahme erhalten die Bewerber ein Studienplatzangebot der IUBH.

Das Zulassungsverfahren sei in der Studien- und Prüfungsordnung beschrieben sowie im Internet und Intranet für die Öffentlichkeit dokumentiert und zugänglich gemacht. Die Zulassung oder Ablehnung werde dem Studienbewerber schriftlich von der Studierendenberatung mitgeteilt. Ein Nachteilsausgleich für Studierende mit Behinderung findet sich in der Einschreibungs- und Anerkennungsordnung sowie in der Prüfungsordnung in § 13 (9), unter anderem in Form einer verlängerten Bearbeitungszeit, wieder.

Bewertung:

Die IUBH hat sowohl in ihrer Studien- und Prüfungsordnung als auch in ihrer Einschreibungs- und Anerkennungsordnung die Zulassungsbedingungen in Übereinstimmung mit den Bestimmungen des Hochschulrechts des Landes Nordrhein-Westfalen geregelt. Durch den geforderten Nachweis von Sprachkompetenz sowie das Bewerbungsschreiben in englischer Sprache (sog. Motivationsschreiben, zugleich Grundlage für das Persönlichkeitsgespräch im Auswahlverfahren) wirkt die Hochschule gezielt auf die Gewinnung qualifizierter Studierender hin. Ein Nachteilsausgleich für Studierende mit Behinderungen ist zudem in der Einschreibungs- und Anerkennungsordnung sowie in der Prüfungsordnung geregelt.

Das von der IUBH praktizierte Auswahlverfahren ist geeignet, qualifizierte Studierende entsprechend der Zielsetzung des Studienganges zu rekrutieren. Dafür sprechen sowohl die im schriftlichen Teil geforderten Befähigungsnachweise mit den Prüfungsbereichen Mathematik, Englisch und Allgemeinbildung sowie das mündliche Gespräch, das der Vergewisserung über die Persönlichkeit des Bewerbers gilt und unter anderem die Kommunikationsfähigkeit in der englischen Sprache zum Gegenstand hat.

Durch das Erfordernis, die Fremdsprachenkompetenz anhand standardisierter Sprachtests (Niveau TOEFL 80 bzw. IELTS 6,0) nachzuweisen, stellt die IUBH zweifelsfrei sicher, dass Studierende gewonnen werden, die das komplett in englischer Sprache stattfindende Studium absolvieren können.

Die Transparenz und Nachvollziehbarkeit des Zulassungsverfahrens ist durch die Beschreibung in der Studien- und Prüfungsordnung und die Dokumentation im Internet und Intranet für die Öffentlichkeit gewährleistet. Die Zulassungsentscheidung basiert auf transparenten Kriterien. Zulassung und Ablehnung werden den Studienbewerbern schriftlich mitgeteilt. Dies ist auch in der Einschreibungs- und Anerkennungsordnung für Bachelor- und Masterstudiengänge in § 5 verankert.

		Exzellent	Qualitäts-anforderung übertroffen	Qualitäts-anforderung erfüllt	Qualitäts-anforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
2	**Zulassung (Zulassungsprozess und -Verfahren)**					
2.1*	Zulassungsbedingungen (Asterisk-Kriterium)			x		
2.2	Auswahlverfahren (falls vorhanden)			x		
2.3*	Berufserfahrung (Asterisk-Kriterium für weiterbildenden Master-Studiengang)					x
2.4*	Gewährleistung der Fremdsprachenkompetenz (Asterisk-Kriterium)			x		
2.5	Transparenz und Nachvollziehbarkeit des Zulassungsverfahrens			x		
2.6	Transparenz der Zulassungsentscheidung			x		

3 UMSETZUNG

3.1 Struktur

Der vorliegende Bachelor-Studiengang ist ein Vollzeit-Studiengang, in dem insgesamt 180 Kreditpunkte erzielt werden. Ein Kreditpunkt entspricht dabei einer studentischen Arbeitsbelastung von 30 Stunden. Die dreijährige Studienzeit setzt sich aus sechs Semestern zu je 30 ECTS-Punkten zusammen. Die Bachelor-Thesis mitsamt Kolloquium hat einen Umfang von 10 Kreditpunkten bei einem Bearbeitungsumfang von neun Wochen. Kein Modul wird mit weniger als 5 ECTS-Punkten kreditiert.

Die Struktur des Studienganges umfasst neben den betriebswirtschaftlich und volkswirtschaftlich basierten Kursen eine Vielzahl an verpflichtenden Veranstaltungen im Bereich des Marketing-Managements. Spezialisierungen in Form von Wahlpflichtfächern sind im fortgeschrittenen Studienverlauf in den Modulen vorgesehen, die nach dem Praktikum im fünften Semester absolviert werden müssen. Dabei kann einer aus drei Majors ausgewählt werden.

Hinsichtlich der Berücksichtigung der ECTS-Elemente und der Modularisierung verweist die IUBH auf die Modulbeschreibungen, in denen unter anderem auch die Workload-Vorgaben umgesetzt seien. Die Vergabe relativer ECTS-Noten sei darüber hinaus im Diploma Supplement vorgesehen. Bei der Konzeption und Weiterentwicklung des Studienganges habe die IUBH ferner erste Evaluationsergebnisse inklusive Untersuchungen zur studentischen Arbeitsbelastung, zum Studienerfolg und Absolventenverbleib berücksichtigt.

Die Studien- und Prüfungsordnung folgt, wie die Hochschule ausführt, den Vorgaben des Hochschulgesetzes des Landes Nordrhein-Westfalen. Entsprechend § 64 dieses Gesetzes seien in der Studien- und Prüfungsordnung zu regeln:

- Ziel des Studiums, Hochschulgrad, Zahl der Module,
- Inhalt, Qualifikationsziel des Studiums, Lehrform, Teilnahmevoraussetzung, Arbeitsbelastung, Dauer der Prüfungsleistungen der Module, nachteilsausgleichende Regelungen für Studierende mit gesundheitlichen Einschränkungen,
- Auslandssemester, Praxissemester oder berufspraktische Studienphasen,
- Zahl und Voraussetzung für die Wiederholung von Prüfungsleistungen,
- Inanspruchnahme von Mutterschutzfristen, Elternzeit, Pflege von Angehörigen,

- Grundsätze der Bewertung von Prüfungsleistungen, Anrechnungstatbestände,
- Prüfungsorgane und Prüfungsverfahren,
- Folgen bei Nichterbringung von Prüfungsleistungen und Rücktritten, Nachteilsausgleiche,
- Folgen bei Verstößen gegen Prüfungsvorschriften,
- Einsichtnahme in Prüfungsakten.

Alle diese Tatbestände haben nach den Darlegungen der Hochschule in der – einer internen Rechtsprüfung unterzogenen – Studien- und Prüfungsordnung eine Regelung erfahren. Darüber hinaus würden in der Ordnung zahlreiche andere Sachverhalte geregelt, etwa die Verwendung eines Learning Agreements, die Umsetzung der Lissabon-Konvention oder Anrechnungsregeln für außerhochschulisch erworbene Kompetenzen.

Prüfungen seien studienbegleitend in den Modulen vorgesehen. In der Regel gebe es nicht mehr als sechs Prüfungen pro Semester und die Module würden überwiegend mit einer umfassenden Modulprüfung abgeschlossen werden. Für die Formulierung des Nachteilsausgleichs habe die IUBH Empfehlungen des Deutschen Studentenwerks genutzt.

Die Studierbarkeit werde durch einen maximalen Arbeitsaufwand von 900 Arbeitsstunden pro Semester gewährleistet. Darüber hinaus sei die Studierbarkeit durch die Modulgrößen (in der Regel zwischen 5 und 10 ECTS-Punkte), kleine Gruppengrößen, eine intensive Betreuung durch Lehrende, durch ca. fünf Modulprüfungen pro Semester, eine fachliche und überfachliche Studienberatung und realistische Workload-Berechnungen veranschaulicht.

Bewertung:

Die Struktur des Programms kann als stimmig bewertet werden. Sowohl Kern- als auch Wahlfächer sind thematisch wie auch hinsichtlich ihrer Gewichtung angemessen abgebildet. Das Praxissemester erscheint mit 30 ECTS-Punkten überdies wohl ausbalanciert. Die ECTS-Elemente sind realisiert. So ist das Curriculum vollständig modularisiert, wobei die Module mindestens mit 5 ECTS-Punkten kreditiert werden. Gemäß den Bestimmungen der Studien- und Prüfungsordnung weist das Diploma Supplement die Abschlussnote auch nach dem ECTS-Notensystem (relative Notenvergabe) aus. Die meisten Module schließen darüber hinaus mit einer das gesamte Modul umfassenden Prüfung ab. Einige Module (z.B. Quantitative Methods, Organisation, Accounting oder Marketing) schließen mit zwei oder drei Klausuren ab. Die IUBH begründet, dies sei im Interesse der Studierenden vorrangig bei Modulen der Fall, die sich über mehrere Semester erstrecken würden oder die Hürden im Studium darstellen (wie beispielsweise die Veranstaltungen des Moduls Quantitative Methods). Die Gutachter sind nach der Überprüfung dieser Ausnahmen zu dem Ergebnis gekommen, dass es sinnvoll ist, den genannten Lehrstoff gesondert abzuprüfen.

Die Modulbeschreibungen sind outcome-orientiert formuliert und weisen unter anderem auch alle von der Kultusministerkonferenz geforderten Beschreibungen wie Inhalte, Lehrformen, Voraussetzungen für die Teilnahme, die Verwendbarkeit, Kreditierung, Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten, die Dauer, den Arbeitsaufwand und die Häufigkeit des Angebots des Moduls aus.

Es liegen eine Studien- und Prüfungsordnung sowie eine Einschreibungs- und Anerkennungsordnung vor, die in verständlicher Weise die gesamte Zulassungs- und Prüfungsmaterie in Einklang mit den Vorschriften des Hochschulgesetzes des Landes Nordrhein-Westfalen regeln. Die Ordnungen wurden einer Rechtsprüfung durch den Hausjuristen der Hochschule unterzogen. Die Maßgaben der Lissabon-Konvention betreffend die Anerkennung anderenorts erbrachter Leistungen gemäß nicht wesentlicher Unterschiede – einschließlich der Begründungspflicht im Falle der Nicht-Anerkennung und die wechselseitige Anerkennung von

Modulen bei Studiengangswechsel sind in vorbildlicher Weise umgesetzt und mit handhabbaren Regelungen in der Studien- und Prüfungsordnung sowie Einschreibungs- und Anerkennungsordnung verankert. Die Anrechnungsregeln für außerhochschulisch erbrachte Kompetenzen sind für den hier betreffenden Studiengang in den genannten Hochschulordnungen nicht vorgesehen und im FIBAA-Verfahren auch nicht zwingend.
Die Studiengangskonzeption sieht Mobilitätsfenster, d.h. die Möglichkeit von Auslandsaufenthalten bzw. in der Praxis ohne Zeitverlust vor, da kein Modul sich über mehr als zwei Semester erstreckt und die Studierenden im vierten Semester ein Praktikumssemester absolvieren, das auch im Ausland stattfinden kann. Dies ist sowohl durch Learning-Agreements als auch durch Kooperationsvereinbarungen curricular eingebunden. Der Nachteilsausgleich ist in § 13 Abs. 9 der Studien- und Prüfungsordnung hinsichtlich zeitlicher und formaler Vorgaben im Studium sowie bei allen abschließenden oder studienbegleitenden Leistungsnachweisen sichergestellt.

Die Studierbarkeit des vorliegenden Bachelor-Studienganges spiegelt sich unter anderem in einer geeigneten Studienplangestaltung, kleinen Gruppengrößen, realistischen Workload-Berechnungen und in einer angemessenen fachlichen und überfachlichen Studienberatung wider. Zudem sieht das Qualitätssicherungssystem der IUBH regelmäßige Erhebungen der studentischen Arbeitsbelastung und des Studienerfolgs vor sowie eine entsprechende Anpassung im Falle, dass Unstimmigkeiten auftreten sollten. Die Belange von Studierenden mit Behinderungen werden adäquat adressiert (s. Kapitel 1.4).

		Exzellent	Qualitäts-anforderung übertroffen	Qualitäts-anforderung erfüllt	Qualitäts-anforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
3	**Umsetzung**					
3.1	Struktur					
3.1.1*	Struktureller Aufbau des Studienganges (Kernfächer / ggf. Spezialisierungen (Wahlpflichtfächer) / weitere Wahlmöglichkeiten / Praxiselemente)			x		
3.1.2*	Berücksichtigung des „European Credit Transfer and Accumulation System (ECTS)“ und der Modularisierung			x		
3.1.3*	Studien- und Prüfungsordnung			x		
3.1.4*	Studierbarkeit			x		

3.2 Inhalte

Bezüglich der Inhalte macht die IUBH geltend, dass die Module in dem Studiengang sowohl im Gesamten als auch untereinander detailliert abgestimmt seien und sich konsequent an der Vorbildung der Studierenden und der strategischen Ausrichtung des Studienganges und der Hochschule orientierten würden. Die Inhalte werden durch die nachfolgende Curriculumsübersicht veranschaulicht:

Semester	Module Code	Modules	ECTS / module	Compulsory / elective module	ECTS per semester						SWS	Workload (h)				Type of course	Type of examination	Assessment		Lenght of examination in minutes	Weight
					1.	2.	3.	4.	5.	6.		hours presence	hours self-study	hours Internship	hours total	i.e. lecture, group work, case study, practical seminars, seminars	Module exam / split exam	continuous examination	Final examination		X/150 ECTS
	QM 1	**Quantitative Methods**	**10**	**Compulsory**																	**6,7%**
1	**QM110**	Statistics			3						2	30	60		90	lecture, enriched blended learning	Split exam	none	written exam	90 (100%)	
2	**QM120**	Mathematics				3					2	30	60		90	lecture, enriched blended learning		none	written exam	90 (100%)	
2	**QM130**	Computer Analysis				4					2	30	90		120	lecture, case studies, group work		none	written exam	60 (100%)	
	BUS 1	**Integrated Service Management**	**10**	**Compulsory**																	**6,7%**
1	**BUS110**	Principles of Service Operations & Organization			4						2	30	90		120	lecture, case studies	Module exam	iIntegrated case study (30%)	written exam	90 (70%)	
1	**BUS120**	Principles of Marketing			3						2	30	60		90	lecture, case studies					
1	**BUS130**	Principles of Human Resource Management			3						2	30	60		90	lecture, case studies					
	SPRO 1	**Service Project Management**	**5**	**Compulsory**																	**3,3%**
1	**SPRO110**	Service Project Management			5						3	45	105		150	lecture, case studies, project work	Module exam	team assignment (30%)	written exam	60 (70%)	
	AR 1	**Applied Academic Research I**	**5**	**Compulsory**																	**3,3%**
1	**AR110**	Principles of Research and Academic Writing			5						4	60	90		150	lecture, case studies	Module exam	team & individual writing (100%)	none	-	
	ORG 1	**Organization**	**5**	**Compulsory**																	**3,3%**
1	**ORG110**	Intercultural Communication			2						2	30	30		60	lecture, case studies	Split exam	none	written exam	90 (100%)	
2	**ORG120**	Organizational Behaviour				3					2	30	60		90	lecture, case studies		none	written exam	90 (100%)	
	AFM 1	**Accounting**	**10**	**Compulsory**																	**6,7%**
1	**AFM110**	Financial Accounting			5						3	45	105		150	lecture	Split exam	none	written exam	90 (100%)	
2	**AFM120**	Management and Cost Accounting				5					3	45	105		150	lecture, case studies		none	written exam	90 (100%)	
	CPB1	**Consumer Psychology and Behaviour**	**5**	**Compulsory**																	**3,3%**
2	**CPB110**	Consumer Psychology and Behaviour				5					3	45	105		150	lecture, case studies	Module exam	individual project assignment or written mid-term test (30%)	written exam	60 (70%)	
	AFM 2	**Financial Management**	**5**	**Compulsory**																	**3,3%**
2	**AFM 210**	Financial Management				5					3	45	105		150	lecture	Module exam	written mid-term test (30%)	written exam	60 (70%)	
	BMR 1	**Business & Marketing Research**	**5**	**Compulsory**																	**3,3%**
2	**BMR110**	Business & Marketing Research				5					3	45	105		150	lecture, case studies	Module exam	team assignment (30%)	written exam	60 (70%)	

Semester	Module Code	Modules	ECTS / module	Compulsory / elective module	ECTS per semester						SWS	Workload (h)				Type of course	Type of examination	Assessment		Lenght of examination in minutes	Weight
					1.	2.	3.	4.	5.	6.		hours presence	hours self-study	hours Internship	hours total	i.e. lecture, group work, case study, practical seminars, seminars	Module exam / split exam	continuous examination	Final examination		X/150 ECTS
	MKT 9	Marketing	15	Compulsory																	10,0%
3	MKT910	International Marketing Communications					4				3	45	75		120	lecture, case study	Split exam	team assignment (30%)	written exam	60 (70%)	
3	MKT920	Pricing					4				3	45	75		120	lecture, case studies		written mid-term test (30%)	written exam	60 (70%)	
3	MKT930	Sales and Distribution Management					4				3	45	75		120	lecture, case studies		team assignment (50%)	written exam	60 (50%)	
3	MKT940	Current Issues in Marketing					3				1	15	75		90	lecture, case studies		team assignment (100%)	none	-	
	ECON 1	Economics	10	Compulsory																	6,7%
3	ECON110	Microeconomics					5				3	45	105		150	lecture, case studies	Module exam	none	written exam	120 (100%)	
3	ECON120	Macroeconomics					5				3	45	105		150	lecture, case studies		none			
	LAW 1	Legal Aspects of Business	5	Compulsory																	3,3%
3	LAW110	German Law					3				2	30	60		90	lecture, case studies	Module exam	none	written exam	90 (100%)	
3	LAW120	International Law					2				1	15	45		60	lecture, case studies		none			
	INTER	Internship (abroad)	30	Compulsory																	-
4	INTER300	Internship (abroad)						30			1	15	-	885	900	iInternship, preparation seminar, workshops	Module exam	presentation (pass/no pass)	internship report (pass/no pass)		
	OM 1	Major I: Online Marketing	15	Elective																	10,0%
5	OM110	Online Marketing Strategy							5		3	45	105		150	lecture, case studies	Split exam	none	written exam	90 (100%)	
5	OM120	Online Marketing Operations							5		3	45	105		150	lecture, case studies, group work		none	written exam	90 (100%)	
5	OM130	Online Marketing Instruments							5		3	45	105		150	lecture, case studies, group work		none	written exam	90 (100%)	
	COM 1	Major II: Communication	15	Elective																	10,0%
5	COM110	Public Relations							5		3	45	105		150	lecture, case studies	Split exam	project report (30%)	written exam	60 (70%)	
5	COM 120	Brand Communication							5		3	45	105		150	lecture, case studies, group work		group project (30%)	written exam	60 (70%)	
5	COM 130	Direct Marketing							5		3	45	105		150	lecture, case studies, group work		written mid-term test (30%)	written exam	60 (70%)	
	SAL 1	Major II: Sales	15	Elective																	10,0%
5	SAL110	Sales Management Concepts and Strategies							5		3	45	105		150	lecture, case studies	Split exam	written mid-term test (30%)	written exam	60 (70%)	
5	SAL120	Personal Selling and Negotiation							5		3	45	105		150	lecture, case studies, group work		case study (30%)	written exam	60 (70%)	
5	SAL130	Industrial Sales Management							5		3	45	105		150	lecture, case studies, group work		written mid-term test (30%)	written exam	60 (70%)	
	ABRO 1	International Studies (semester abroad)	30	Elective																	20,0%
5	ABRO110-500	International Studies (semester abroad)							30		tba by l.a.	tba by learning agreement with partner university abroad				tba by learning agreement with partner university abroad					

Semester	Module Code	Modules	ECTS / module	Compulsory / elective module	ECTS per semester						SWS	Workload (h)				Type of course	Type of examination	Assessment		Lenght of examination in minutes	Weight
					1.	2.	3.	4.	5.	6.		hours presence	hours self-study	hours Internship	hours total	i.e. lecture, group work, case study, practical seminars, seminars	Module exam / split exam	continuous examination	Final examination		X/150 ECTS
	BCO 1	**Business Communication**	5	Compulsory																	3,3%
5	BCO110	Business Communication							5		4	60	90		150	lecture, case studies	Module exam	group work assignment and written mid-term test (100%)	none	-	
	MKTCO 1	**Marketing Controlling**	5	Compulsory																	3,3%
5	MKTCO110	Marketing Controlling							5		3	45	105		150	lecture, case studies	Module exam	none	written exam	90 (100%)	
	CRM 1	**Customer Relationship Marketing**	5	Compulsory																	3,3%
5	CRM110	Customer Relationship Marketing							5		2	30	120		150	lecture, case studies, group work	Module exam	none	written exam	90 (100%)	
	AR 2	**Applied Academic Research II**	5	Compulsory																	3,3%
6	AR210	Advanced Research and Academic Writing								5	3	45	105		150	lecture, classroom debates	Module exam	team and Individual writing & oral assignments (100%)	none	-	
	BUS 2	**Entrepreneurship & New Venture Management**	5	Compulsory																	3,3%
6	BUS210	Entrepreneurship & New Venture Management								5	3	45	105		150	lecture, workshop, practical case	Module exam	written mid-term test (30%)	written exam	60 (70%)	
	SMM 1	**Strategic Marketing Management**	5	Compulsory																	3,3%
6	SMM110	Strategic Marketing Management								5	3	45	105		150	lecture, case studies	Module exam	team assignment (30%)	written exam	60 (70%)	
	IMP 1	**International Marketing Project**	5	Compulsory																	3,3%
6	IMP110	International Marketing Project								5	3	45	105		150	lecture, case studies, project work	Module exam	team assignment (100%)	none	-	
	BTH 1	**Bachelor Thesis**	10	Compulsory																	6,7%
6	BTH110	Bachelor Thesis & Colloquium								10	0	0	300		300	thesis + colloquium	Module exam	none	oral exam & thesis	30 (5%) (95%)	
Summe			180		30	30	30	30	30	30		1320	3195	885	5400						100,0%

Check: 5400

Extra Curricular Offer:

The module "Management Information Systems" can be chosen additionally - the credits (ECTS) are not valid for the bachelor grade.

	MIS 1	**Management Information Systems**	5	Extra Curricular Offer																	0,0%
5	MIS110	Management Information Systems: SAP, SAS, SPSS							5		3	45	105		150	lecture, case studies	Module exam	none	written exam	90 (100%)	

Zudem veranschaulicht die IUBH die im Studiengang zu erwerbenden Kompetenzen in folgender Matrix:

IUBH International University of Applied Sciences Internationale Hochschule School of Business and Management

Bachelor International Marketing Management (IMM-180)
Ziele des Studienganges und deren Repräsentation in den Course Outlines

	Ziele	1. Bildet Studierende zum Generalisten für erste Fach- und Führungsaufgaben	2. Internationalität (Positionen in international operierende Unternehmen).	3. Fokus auf dem Dienstleistungsaspekt	4. Gibt vertiefende Einblicke in bedeutende Teilmärkte der Marketingbranche	5. Studierende erwerben überfachliche Schlüsselqualifikationen, insbesondere in den Bereichen: a. Methodenkompetenz	b. Soziale Kompetenz	c. Interkulturelle Kompetenzen	d. Starker Praxisbezug	e. Interdisziplinarität	f. Analytische, wissenschaftliche Fähigkeiten
Compulsory modules	**Quantitative and Research Methods**										
	Statistics	X								X	X
	Mathematics	X								X	X
	Computer Analysis	X				X			X	X	X
	Integrated Service Management										
	Principles of Service Operations & Organization	X		X					X	X	
	Principles of Marketing	X							X	X	
	Principles of Human Resource Management	X							X	X	
	Service Project Management										
	Service Project Management	X				X	X		X	X	
	Applied Academic Research I										
	Principles of Research and Academic Writing	X				X				X	X
	Organization										
	Intercultural Communication	X	X			X	X	X	X	X	
	Organizational Behaviour	X	X			X	X		X	X	X
	Accounting										
	Financial Accounting	X	X						X		
	Management and Cost Accounting	X				X			X		X
	Financial Management										
	Financial Management	X				X			X		X
	Business & Marketing Research										
	Business & Marketing Research					X			X		X
	Economics										
	Microeconomics	X				X				X	X
	Macroeconomics	X				X			X	X	X
	Legal Aspects of Business										
	German Law	X				X	X		X	X	
	International Law	X	X			X			X	X	
	Business Communication										
	Business Communication	X	X				X	X	X	X	
	Applied Academic Research II										
	Advanced Research and Academic Writing	X				X				X	X
IMM-specific modules (compulsory)	**Consumer Behaviour**										
	Consumer Behaviour	X				X		X		X	
	Marketing Mix										
	International Marketing Communications	X	X			X		X	X		
	Pricing	X		X		X			X		X
	Sales and Distribution Management	X	X			X			X		
	Marketing Mix Case Studies		X		X	X	X	X	X	X	X
	Marketing Controlling										
	Marketing Controlling	X			X	X			X		X
	Management Information Systems (elective)										
	Customer Relationship Marketing										
	Customer Relationship Marketing			X	X				X		X
	Entrepreneurship & New Venture Marketing										
	Entrepreneurship & New Venture Marketing	X				X			X	X	
	Strategic Marketing Management										
	Strategic Marketing Management			X	X				X		X
	International Marketing Project										
	International Marketing Project		X	X	X				X		X
	Internship (Abroad)[1]	X	(X)[1]	(X)[1]		X	X	(X)[1]	X	X	X
	International Studies Abroad[3]	(X)[3]	(X)[3]	(X)[3]	(X)[3]	(X)[3]	(X)[3]	(X)[3]	(X)[3]	(X)[3]	(X)[3]
Electives	**Major I: Online Marketing**										
	Online Marketing Strategy	X		X	X	X			X		X
	Online Marketing Operations	X		X	X	X			X		
	Online Marketing Instruments	X		X	X	X			X		
	Major II: Communication										
	Public Relations	X		X	X	X			X		
	Brand Communication	X		X	X	X			X		X
	Direct Marketing	X		X	X	X			X		
	Major III: Sales										
	Sales Management Concepts and Strategies	X		X	X	X			X		X
	Personal Selling an Negotiation	X		X	X	X			X		
	Industrial Sales Management	X		X	X	X			X		
EC	**Management Information Systems (extra-curricular)**										
	Management Information Systems (SAP, SAS, SPSS)	X				X			X	X	X
BA	**Bachelor Thesis[2]**										
	Bachelor Thesis	X	(X)[2]	(X)[2]	(X)[2]	X		(X)[2]	(X)[2]	X	X
	Colloquium	X				X	X				X

1 Ziele teilw. abhängig von Praktikumswahl
2 Ziele teilw. abhängig von Themenwahl
3 Ziele teilw. abhängig von Kursaufbau im Modul an der gewählten Partnerhochschule
4 Ziele abhängig von Kurswahl im Modul an der gewählten Partnerhochschule

Die Abschlussbezeichnung „Bachelor of Arts“ ist aus Sicht der Hochschule insofern zutreffend gewählt, als der Studiengang keine explizite Ausrichtung auf quantitative Methoden, volkswirtschaftliche Fragestellungen oder technische Schwerpunkte aufweise. Auch die Studiengangsbezeichnung „International Marketing Management“ stehe mit den Inhalten des Programms in Einklang, denn das Ziel des Bachelor-Studienganges sei es, angehenden Fach- und Führungskräften, die in Unternehmen mit weltweiter Ausrichtung arbeiten möchten, eine breite betriebswirtschaftliche Grundlagenausbildung und eine fachliche Vertiefung im Berufsfeld des Marketingmanagement zu ermöglichen.

Die Integration von Theorie und Praxis erfolge nach Angaben der IUBH durch ein mindestens 20-wöchiges Praktikum im vierten Semester sowie praktische Studienanteile in Form von praxisnahen Case Studies. Dabei würden sich Wissensvermittlung und Praxisbeiträge gegenseitig zur Kompetenzentwicklung der Studierenden ergänzen und so die Voraussetzung für eine systematische Verknüpfung von Theorie und Praxis schaffen. Neben den praxisbezogenen Lehrveranstaltungen legt die IUBH auch ihr Augenmerk auf das „Extra Curriculum“ und das Wahlfach „Management Information Systems“ im fünften Semester, in dem praxisnahe Themen durch Praktiker analog zu einem Hauptseminar begleitet werden. Darüber hinaus finden mehrmals im Semester Praktiker-Veranstaltungen (z.B. Gastvorträge oder Case Studies) statt. Im Bereich der Bachelor-Programme sei die Absolvierung eines Praktikums im Ausland freiwillig. Dennoch finden 60% aller an der IUBH absolvierten Praktika im Ausland statt, wovon wiederum etwa die Hälfte außerhalb Europas absolviert werde.

Auch die Förderung interdisziplinären Denkens sei der Hochschule ein Anliegen. Diesem Zweck diene beispielsweise nicht nur die Unterrichtssprache, die in allen Programmen Englisch ist, sondern auch die fakultative Absolvierung von integrierten Studienbestandteilen (wie z.B. Konsumentenverhalten, Personalmanagement oder Finanzierungstheorie) an internationalen Partnerhochschulen (z.B. ICMS Sidney, Victoria University Melbourne). Darüber hinaus besteht im Studiengang die Möglichkeit, im Rahmen von Praktika auch Erfahrungen auf internationalen Arbeitsmärkten zu sammeln.

Die Vermittlung von Methodenkompetenz werde im Rahmen von Projektarbeiten mit studiengangsspezifischem Fachwissen zur Behandlung praktisch relevanter Fragen verbunden. Die Studierenden lernen somit frühzeitig, Problemstellungen zu behandeln und Transferleistungen zu erbringen. Durch das Modul „Applied Academic Research I und II“ wird zudem sichergestellt, dass die Studierenden zum wissenschaftlichen Arbeiten befähigt werden und Fachliteratur verstehen und rezipieren können. Weiterhin werde im Rahmen von Seminararbeiten, Hausarbeiten, im Rahmen des fakultativen Vorbereitungsseminars für die Bachelor-Thesis und die Thesis selbst die Methodenkompetenz noch einmal adressiert.

Die Prüfungen zeichnen sich durch eine hohe Vielfalt der Formen aus (z.B. Klausuren, mündliche Prüfungen, Präsentationen, Projektarbeiten, Case Studies etc.). Mit der Bachelor-Thesis würden die Studierenden ihre Befähigung zum wissenschaftlichen Arbeiten nachweisen.

Bewertung:

Die Modulinhalte des Studienganges decken die für das Studiengangsziel zu fordernden Inhalte in angemessener Weise und Gewichtung ab und lassen erkennen, dass bei der Konzeptionierung des Studienganges das besondere Profil eines Bachelor-Programms, die fachlichen Standards und die Bedarfe des Marktes sorgfältig beachtet und beobachtet wurden. Die Kompetenz-Matrix lässt zudem erkennen, dass die Module des Studienganges auf Qualifikations- und Kompetenzentwicklung ausgerichtet sind und der Studiengang somit insgesamt der Outcome-Orientierung entspricht.

Die drei „Majors“ im fünften Semester, in dem praxisnahe Themen durch Praktiker analog zu einem Hauptseminar begleitet werden, und das Angebot an außercurricularen Veranstaltungen wie z.B. Gastvorträge ermöglichen dabei zusätzlichen, nach individueller Präferenz gestaltbaren Qualifikations- und Kompetenzerwerb.

Die Abschlussbezeichnung „International Marketing Management“ steht im Einklang mit der inhaltlichen Ausrichtung des Programms und den nationalen Vorgaben. Gleiches gilt für die Abschlussbezeichnung „Bachelor of Arts (B.A.)“.

Der vorliegende Studiengang verknüpft Theorie und Praxis in erfolgreicher Weise durch das 20-wöchige Praktikum sowie durch praxisnahe Case Studies miteinander und fördert so die Berufsbefähigung der Studierenden. Interdisziplinäres Denken wird überdies durch Fallbeispiele adressiert. Die Vermittlung von Methodenkompetenz und die Befähigung zum wissenschaftlichen Arbeiten sind Gegenstand mehrerer Module, insbesondere treten diese Komponenten in den Modulen „Quantitative Methods“ und „Applied Academic Research I und II“ deutlich sichtbar hervor, sind stimmig in das Curriculum eingebettet und stellen – auch ausgewiesen als Lernziele in den Modulbeschreibungen – sicher, dass die Studierenden zum wissenschaftlichen Arbeiten befähigt werden und Methodenkompetenzen entwickeln.

Die Zielsetzung der Abschlussarbeit korrespondiert mit den Learning Outcomes, ist wissens- und kompetenzorientiert und entspricht den Anforderungen an das Qualifikationsniveau. Die Prüfungsleistungen sind in der Regel integrativ angelegt; nur in Einzelfällen werden Lehreinheiten eines Moduls einzeln abgeprüft (z.B. die Units der Module „Quantitative Methods“, „Accounting“ sowie der Wahlpflichtfachmodule). Die Gutachter haben sich davon überzeugt, dass diese Ausnahmen thematisch und strukturell gerechtfertigt sind, und sehen daher keinen Anlass, dies zu beanstanden. Überdies herrscht ein ausgewogenes Verhältnis der Prüfungsformen.

		Exzellent	Qualitäts-anforderung übertroffen	Qualitäts-anforderung erfüllt	Qualitäts-anforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
3	**Umsetzung**					
3.2	Inhalte					
3.2.1*	Logik und konzeptionelle Geschlossenheit (Asterisk-Kriterium)			x		
3.2.2*	Begründung der Abschlussbezeichnung (Asterisk-Kriterium)			x		
3.2.3*	Begründung der Studiengangsbezeichnung (Asterisk-Kriterium)			x		
3.2.4*	Integration von Theorie und Praxis (Asterisk-Kriterium)			x		
3.2.5	Interdisziplinarität			x		
3.2.6*	Methoden und wissenschaftliches Arbeiten (Asterisk-Kriterium)			x		
3.2.7*	Prüfungsleistungen und Abschlussarbeit (Asterisk-Kriterium)			x		

3.3 Internationalität

Aufgrund der Ausrichtung des Programms würden internationale Elemente konsequent in alle Bereiche des Programms einfließen. In allen Management-Modulen werde nahezu ausschließlich auf die internationale Dimension rekurriert. Internationale und interkulturelle Inhalte würden in nahezu allen Kursen vermittelt. Die IUBH führt als Beispiele die Themenfelder

Intercultural Communication, International Law, International Marketing Communications, International Marketing Projct, Consumer Psychology and Behaviour, Organisational Behaviour und Current Issues in Marketing an. Das gesamte Studienangebot werde in englischer Sprache gelehrt, um den Studierenden die Möglichkeit zu eröffnen, in internationalen Unternehmen tätig zu werden. Es bestehe zudem die Möglichkeit, das Praktikum im Ausland zu absolvieren. Daneben haben Studierende im fünften Semester die Möglichkeit, ein Semester lang an einer der internationalen Partnerhochschulen zu studieren (30 ECTS).

Der Anteil der Internationalen Studierenden in den Bachelor-Programmen der IUBH liege - je nach Jahrgang - bei rund 10-15 % der Studierenden. Die Tendenz ist steigend und werde im Rahmen der Internationalisierung der Hochschule systematisch entwickelt. Die Rekrutierung ausländischer Studierender erfolge in Zusammenarbeit mit der Organisation ICEF, die sich als Forum für internationales Bildungsmarketing verstehe.

Der Anteil der Professoren an der IUBH mit ausländischem Bildungshintergrund und im Ausland erworbenen akademischen Abschlüssen betrage 24%, erworben in USA, Asien und im Vereinigten Königreich. Unter den wissenschaftlichen Mitarbeitern und Lehrkräften für besondere Aufgaben liege der Anteil derjenigen mit ausländischem Bildungshintergrund bei 50%, erworben in Kanada, den USA und im Vereinigten Königreich. Auch internationale (Arbeits-)Erfahrungen seien ein wesentliches Kriterium bei der Berufung von Professoren (nationale Herkunft, internationale Berufserfahrung, Managementtätigkeiten, Forschungstätigkeiten).

Fremdsprachliche Lehrveranstaltungen und der Einsatz von fremdsprachlichen Materialien seien zu fast 100% realisiert. Wesentliche Merkmale seien:

- 100% der Lehrveranstaltungen in Englisch,
- Präsentationen, Referate, Hausarbeiten, Thesis in Englisch,
- Großteil der Literatur, Lehrunterlagen, Skripte in Englisch,

Bewertung:

Der Bachelor-Studiengang International Marketing Management zeichnet sich durch internationale Elemente aus. Die Bewältigung internationaler Aufgaben wird insbesondere aufgrund der internationalen Zielsetzung des Studienganges, durch internationale und interkulturelle Inhalte sowie durch die Tatsache gefördert, dass der Studiengang vollständig in englischer Sprache absolviert wird. Damit entsprechen die internationalen Inhalte nach Ansicht der Gutachter in hohem Maße den Anforderungen des Studienganges, der schon von seiner Bezeichnung her einen Anspruch auf Internationalität geltend macht. Da der Studiengang noch nicht gestartet ist, kann derzeit keine quantitative Aussage über den Anteil internationaler Studierender getroffen werden. Aus der Erfahrung in anderen Bachelor-Studiengängen der IUBH sowie anhand ihrer Rekrutierungsprozesse, die schon eingespielt sind, ist von einer internationalen Studierendengruppe bereits ab der ersten Kohorte auszugehen.

Wie ein Blick in die Biografien der im Programm lehrenden Professoren zeigt, bringt ein wesentlicher Anteil internationale Erfahrungen in Beruf und/oder akademischen Tätigkeiten mit. Viele Lehrende haben an ausländischen Hochschulen akademische Abschlüsse erworben, haben an ausländischen Hochschulen gelehrt und nehmen zum Teil dort Gastdozenturen wahr, so dass die Internationalität der Lehrenden als überdurchschnittlich betrachtet werden kann. Ihr hoch einzuschätzender internationaler Erfahrungsschatz fördert zweifelsohne durch ihren Beitrag in der Lehre in besonderer Weise die Employability der Absolventen.

Gleiches gilt für den Fremdsprachenanteil. Dadurch, dass das Lehrangebot vollständig in englischer Sprache abgehalten wird und nahezu alle Lehrmaterialien sowie die dem Studiengang zugrunde liegende Literatur in englischer Sprache angeboten werden, ist die studen-

tische Bewältigung internationaler Aufgabenstellungen in besonderer Weise und überzeugend gewährleistet.

		Exzellent	Qualitäts-anforderung übertroffen	Qualitäts-anforderung erfüllt	Qualitäts-anforderung nicht erfüllt	Nicht relvant
3.	**Umsetzung**					
3.3	Internationalität					
3.3.1*	Internationale und interkulturelle Inhalte (Asterisk-Kriterium)		x			
3.3.2	Internationalität der Studierenden			x		
3.3.3	Internationalität der Lehrenden		x			
3.3.4	Fremdsprachenanteil		x			

3.4 Zusätzlicher Qualifikations- und Kompetenzerwerb

Überfachliche Qualifikationen werden den Angaben der IUBH zufolge durch die Gestaltung des Curriculums vermittelt, das nicht nur kurzfristiges Verfügungswissen bereit halte, sondern die Studierenden befähige, ihr Wissen und ihr Können auf ihre Tätigkeit oder ihren Beruf selbstständig anzuwenden und über Strategien zu verfügen, um weiterführende Lernprozesse zu gestalten. Weitere Angebote zur Verknüpfung von Lehre und Forschung bestünden in Form des Extra-Curriculums sowie der Special-Week, in der die Studierenden einmal pro Jahr für die Dauer einer Woche vorwiegend von externen Experten aus Forschung und Praxis zu aktuellen Themen der jeweiligen Studiengänge sowie zu bereichsübergreifenden Themen unterrichtet werden. Im Vordergrund stehe dabei die Arbeit mit Projekten und Fallstudien.

Soziales Verhalten, ethische Aspekte und führungsrelevante Kompetenzen werden zum einen dadurch gefördert, dass das Programm im Rahmen von Kleingruppen geführt wird, in denen die Studierenden anhand gruppendynamischer Prozesse für die Wahrnehmung und Interpretation interaktiv-kommunikativer Verhaltensweisen sensibilisiert werden, und zum anderen anhand von Gruppen-Projektarbeiten und Case Studies, wodurch die Studierenden auch Führungsverhalten erlernen.

Kommunikation und Rhetorik werden in Form von Präsentationen (beispielsweise u.a. in den Modulen Intercultural Communication, Public Relations, Personal Selling and Negotiation) vermittelt und geübt. Kooperation, Teamfähigkeit und Konfliktverhalten werde im Praktikum und in den einzelnen Marketing Management Projects gelehrt.

Bewertung:

Überfachliche Qualifikationen werden im vorliegenden Studiengang stimmig in das Curriculum eingebunden. So werden ethische Aspekte, führungsrelevante Kompetenzen oder Managementkonzepte unter anderem in den Modulen „Business Communication“, „Service Project Management“, „Organisational Behaviour“ und „International Management Project“ adäquat adressiert. Überdies sorgen das Kleingruppenprinzip sowie die Anwendung von Case Studies dafür, dass die Studierenden auch anhand von Gruppenarbeiten und Diskussionen ihre überfachlichen Qualifikationen aktiv erproben. Die Entwicklung von Kommunikationsfähigkeit und Rhetorik ist im Studiengang durch Präsentationen oder durch die Module „Public Relations“, „Personal Selling and Negotiation“ und „Intercultural Communication“ sichergestellt. Das Extra-Curriculum und die „Special-Week“ sorgen zudem dafür, dass die Studierenden bereichsübergreifend gefördert werden.

		Exzellent	Qualitäts-anforderung übertroffen	Qualitäts-anforderung erfüllt	Qualitäts-anforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
3.	**Umsetzung**					
3.4	Zusätzlicher Qualifikations- und Kompetenzerwerb					
3.4.1*	Erwerb anwendungs- und / oder forschungsorientierter Kompetenzen (nur bei Master-Studiengang; Asterisk-Kriterium)					x
3.4.2*	Überfachliche Qualifikation (Asterisk-Kriterium)			x		
3.4.3*	Kommunikationsfähigkeit und Rhetorik / Kooperations- und Konfliktfähigkeit (Asterisk-Kriterium)			x		

3.5 Didaktisches Konzept

Das didaktische Konzept, das den Studiengängen der IUBH zugrunde liegt, orientiere sich der Hochschule zufolge an Aspekten des problemgesteuerten und anwendungsorientierten Lernens. Dies spiegle sich in den Modulen des Studienganges wider, zu deren didaktischen Komponenten die gemeinsame Erarbeitung von anwendungsorientiertem Fachwissen durch Beispiele, Übungen und Diskussionen gehört. Weiterführende Lernmaterialien und Fachliteratur ergänzen das in der Präsenzveranstaltung erarbeitete Wissen. Zudem würden die Module seitens der Studiengangsleitung untereinander und im Ganzen detailliert aufeinander abgestimmt.

Lehr- und Lernmaterialien werden den Studierenden von den Dozenten vor Beginn des Kurses genannt bzw. in elektronischer Form im Campus-Intranet oder in Papierform zur Verfügung gestellt. Hierbei handle es sich in erster Linie um Vorlesungsskripte oder Fallstudienunterlagen. Das den Studierenden zur Verfügung gestellte bzw. empfohlene Lehr- und Lernmaterial sei für jedes einzelne Modul im Modulhandbuch aufgelistet.

Die Einbindung von Gastreferenten erfolge entweder unmittelbar innerhalb der Lehrveranstaltung oder zu einem eigens hierfür kreierten Anlass. In Bachelor-Programmen findet bereits eine Veranstaltungsreihe mit externen Referenten sowohl auf dem Campus als auch im Zuge von Exkursionen statt. In mehreren Vorlesungen sind Gastreferenten eingesetzt worden und fortlaufend geplant.

Der Einsatz von Tutoren gehört nach Angaben der Hochschule zu ihrem Betreuungskonzept, da sich gezeigt habe, dass sich insbesondere die Fächer Mathematik und Statistik als ernsthafte Hürden im Studienverlauf erweisen können. Semesterbegleitend sowie examensvorbereitend würde die Hochschule daher entsprechende Tutorien anbieten.

Bewertung:

Das beschriebene didaktische Konzept ist erkennbar geprägt von der Zielsetzung des Studienganges, hohe berufsqualifizierende Kompetenzen auf wissenschaftlicher Grundlage zu vermitteln und die Studierenden für die Wahrnehmung verantwortungsvoller Aufgaben in international orientierten Unternehmen im Marketingsektor zu befähigen. Die Vielzahl der angewandten didaktischen Methoden (Fallstudien, Diskussionen und Übungen) korrespondiert dabei stimmig mit den curricularen Inhalten.

Die Gutachter konnten sich vor Ort davon überzeugen, dass die begleitenden Lehrveranstaltungsmaterialien dem zu fordernden Niveau entsprechen und den Studierenden durch das Intranet auch online zum Download zur Verfügung stehen.

Gastreferenten werden systematisch eingebunden, entweder unmittelbar in Lehrveranstaltungen oder im Rahmen des Extra-Curriculums in Form einer Kombination von Vorträgen auf dem Campus mit Exkursionen. Besonders in den mathematisch, statistisch/quantitativ geprägten Modulen geben Tutoren den Studierenden wertvolle Hilfestellungen.

		Exzellent	Qualitäts-anforderung übertroffen	Qualitäts-anforderung erfüllt	Qualitäts-anforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
3.	**Umsetzung**					
3.5	Didaktisches Konzept					
3.5.1*	Logik und Nachvollziehbarkeit des didaktischen Konzeptes (Asterisk-Kriterium)			x		
3.5.2	Begleitende Lehrveranstaltungsmaterialien			x		
3.5.3	Gastreferenten			x		
3.5.4	Tutoren im Lehrbetrieb			x		

3.6 Berufsqualifizierende Kompetenzen / Employability (Asterisk-Kriterium)

Die Berufsbefähigung der Studierenden sei der „rote Faden“, den sich die Hochschule gesetzt habe und der im Studiengang durch die Gestaltung des Curriculums in allen Studienabschnitten sichergestellt werden solle. Der Studiengang sei aus Sicht der Hochschule damit systematisch auf die Anforderungen des Arbeitsmarktes ausgerichtet. Dies äußere sich einerseits durch die breite betriebswirtschaftliche Grundlagenausbildung, die den Absolventen im Job helfe, Gesamtzusammenhänge zu verstehen und mit diesem systemischen Verständnis Managementfunktionen auch über Schnittstellen hinaus auszuführen. Zum anderen würden die „Majors“ die Möglichkeit bieten, ein umfassendes Spezialwissen zu vermitteln, das die Absolventen im Bewerbungsverfahren abhebe und ihnen für den Arbeitsalltag die nötige Expertise verleihe.

Bewertung:

Die IUBH hat die potenziellen Berufsfelder der Programmteilnehmer aufgrund Bedarfserhebungen ermittelt und beschrieben und auf dieser Grundlage die benötigten Qualifikationen und Kompetenzen analysiert und in das Curriculum eingebunden. Das Curriculum ist somit insgesamt auf einen berufsqualifizierenden Abschluss mit klarem inhaltlichem Profil ausgerichtet. Es besteht kein Zweifel daran, dass die Berufsbefähigung der Absolventen gemäß den definierten Learning Outcomes erreicht wird. Relevante Vertreter der Berufspraxis waren als Fachbeiräte bei der Entwicklung des Programms beteiligt.

		Exzellent	Qualitäts-anforderung übertroffen	Qualitäts-anforderung erfüllt	Qualitäts-anforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
3.	**Umsetzung**					
3.6*	Berufsqualifizierende Kompetenzen / Employability (Asterisk-Kriterium)			x		

4 Wissenschaftliches Umfeld und Rahmenbedingungen

4.1 Lehrpersonal

Für Professoren an Hochschulen bestünden die Einstellungsvoraussetzungen, die der § 36 des Hochschulgesetzes des Landes Nordrhein-Westfalen vorschreibe. Der Lehrkörper der IUBH setze sich zusammen aus 39 Professoren, vier wissenschaftlichen Mitarbeitern und sechs Lehrkräften für besondere Aufgaben. Der Frauenanteil an der Gesamtzahl der Professoren belaufe sich auf 31% und der Anteil der Professoren mit ausländischem Bildungshintergrund und im Ausland erworbenen akademischen Abschlüssen betrage 24%. Eine Lehrverflechtungsmatrix weist aus, dass die Lehre im hier betreffenden Studiengang zu über 50% von hauptamtlich Lehrenden erbracht wird.

Die wissenschaftliche Qualifikation der Lehrenden ist nach Auffassung der Hochschule durch Anwendung des § 36 des Hochschulgesetzes des Landes Nordrhein-Westfalen gewährleistet. Um die wissenschaftliche Qualifikation der Lehrenden noch über die hochschulrechtlichen Anforderungen des Landes hinaus zu erhöhen, sei das hauptamtlich tätige Lehrpersonal gehalten, Veröffentlichungs- und Forschungstätigkeit nachzuweisen. Die Publikationstätigkeit des wissenschaftlichen Personals werde daher vom Studiendekan erfasst, ebenso das Volumen betreuter Forschungsprojekte sowie die Zusammenarbeit mit externen Fachexperten in Form von Fachvorträgen. Eine regelmäßige Berichterstattung zu Publikationen und Forschungsprojekten erfolge im Rahmen des Akademischen Jahresberichtes.

Der pädagogischen/didaktischen Qualifikation der Lehrenden misst die Hochschule nach eigenem Bekunden hohe Bedeutung zu. Über die im Berufungsverfahren nachzuweisende pädagogische Eignung hinaus habe sie zum SS 2008 ein Verfahren etabliert („Ordnung Pädagogische Eignung“), mit dem sichergestellt werde, dass die Professoren über die erforderlichen Qualifikationen verfügen. Zudem gebe es Instrumentarien wie den Peer Review Prozess (Gegenseitige Unterstützung der Dozenten bei der Weiterentwicklung der Lehrveranstaltungen), interne Teaching Quality Workshops und das Mentoren-Programm (Sparringspartner für neue Dozenten).

Hinsichtlich der geforderten Praxiserfahrung der Professoren verweist die IUBH auf die Einstellungsvoraussetzungen (fünfjährige berufspraktische Tätigkeit, davon mindestens drei Jahre außerhalb des Hochschulbereichs). Diese Anforderungen des Hochschulgesetzes würden zumeist überschritten. Hinsichtlich des fachlichen Profils achte die Hochschule darauf, dass sich die zu Berufenden – neben dem Fachgebiet der Denomination der zu besetzenden Professur – durch gute Kenntnisse und hinreichende Praxiserfahrung in der Dienstleistungsindustrie auszeichnen.

Die interne Kooperation findet nach Auskunft der Hochschule im Hochschulsenat, den Fachbereichsleiter- sowie Semesterkonferenzen statt. Der Senat befasse sich mit grundsätzlichen Fragen von Forschung, Lehre, Evaluation und Kooperation, der Fachbereichsleiter und der für Forschung und Lehre zuständige Pro-Rektor bilden die Fachbereichsleiterkonferenz, die den Rektor in Angelegenheiten von Forschung und Lehre berate, Leitlinien der inhaltlichen Studiengangsentwicklung formuliere und das Studienangebot koordiniere. In den Fachbereichssitzungen werden Angelegenheiten des Fachbereichs und der ihm zugeordneten Studiengänge erörtert. Der Studiengangsleiter koordiniere die Module eines Programms in Zusammenarbeit mit den Modulkoordinatoren.

Ergänzend zu diesen Abstimmungsforen werde zu Beginn eines jeden Semesters eine Semesterkonferenz für alle Angehörige der Hochschule einberufen. Im Rahmen dieser Konferenz würden den Teilnehmern die Ergebnisse der Qualitätsevaluationen des vorangegange-

nen Semesters, Qualitätssicherungsmaßnahmen in Lehre, Prüfungsgeschehen und Forschung sowie durchgeführte und vorgesehene Weiterentwicklungen von Studienprogrammen vorgestellt und mit diesen diskutiert.

Die Betreuungssituation bewertet die Hochschule aufgrund der kleinen Gruppengrößen als günstig. Während des Semesters gelte für die Lehrenden Anwesenheitspflicht auf dem Campus. Auch seien feste Sprechzeiten eingerichtet, die Studierenden könnten aber auch außerhalb der festen Sprechzeiten jederzeit Kontakt mit den Lehrkräften nach dem Unterricht aufnehmen.

Bewertung:

Struktur und Anzahl der im Studiengang Lehrenden korrespondieren, auch unter Berücksichtigung der Mitwirkung in anderen Studiengängen, mit den Anforderungen des Studienganges. Wie sich aus der vorgelegten Lehreverflechtungsmatrix ergibt, wird die Lehre im Studiengang zu 50,7% von hauptamtlich Lehrenden der Hochschule bestritten und die Bestimmungen des Hochschulgesetzes des Landes Nordrhein-Westfalen werden somit eingehalten. Maßnahmen zur Personalentwicklung und Qualifizierung der Lehrenden sind in Gestalt der Teilnahme an Tagungen und Konferenzen, für die ein eigenes Budget zur Verfügung steht, sowie in Form didaktischer Schulungen und Freistellungen für Forschungsvorhaben vorhanden. Berufungsverfahren werden unter Berücksichtigung der strategischen und fachlichen Anforderungen der IUBH im Einklang mit den Einstellungsvoraussetzungen des Landes Nordrhein-Westfalen durchgeführt.

Die wissenschaftliche Qualifikation des Lehrpersonals entspricht dabei den Anforderungen und Zielsetzungen des vorliegenden Studienganges und wird durch die Erfassung der wissenschaftlichen Publikationen durch den Studiendekan zusätzlich adressiert. Die pädagogische/didaktische Qualifikation der Lehrpersonen ist als überdurchschnittlich ausgeprägt zu bewerten. Bereits im Berufungsverfahren werden mittels einer Lehrprobe die didaktischen und pädagogischen Fähigkeiten einer ersten Beurteilung unterzogen. Darüber hinaus hat sich der neu Berufene nach Maßgabe der „Ordnung zur Feststellung der pädagogischen Eignung von Professoren an der Internationalen Hochschule Bad Honnef“ einem Feststellungsverfahren durch eine Beurteilungskommission zu unterziehen. Um erkannten didaktischen/pädagogischen Schwächen entgegenzuwirken, kann die Hochschule zur Teilnahme an den „Quality Teaching Workshops“ und zur „Selbstevaluation“ verpflichten. Neu berufene Professoren haben sich im 1. Semester einem „Peer Review“ durch Professoren der Hochschule zu unterziehen; ihnen wird zusätzlich ein Mentor zugeordnet, der sie im 1. Semester begleitet. Wie die internen Lehrkräfte sind auch die Lehrbeauftragten zur Teilnahme an den „Quality Teaching Workshops“ gehalten. Insgesamt hat die Hochschule überzeugende Instrumentarien zur Sicherung und Entwicklung der didaktischen/pädagogischen Kompetenzen entwickelt.

Auch die Praxiskenntnisse des Lehrpersonals können ausweislich der eingesehenen Lebensläufe als überdurchschnittlich bewertet werden. So verfügen die Dozenten in der Regel über eine mindestens fünfjährige berufspraktische Tätigkeit, von der mindestens drei Jahre außerhalb des Hochschulbereichs ausgeübt worden sein müssen. Die interne Kooperation und die Abstimmung der Module untereinander erfolgen durch die Studiengangsleiter in Zusammenarbeit mit den verantwortlichen Modulkoordinatoren. Zusätzlich finden zur internen Kooperation Fachbereichsleiterkonferenzen, Senatssitzungen und eine Semesterkonferenz zu Beginn eines jeden Semesters statt, sodass die Abstimmung der Verantwortlichen untereinander systematisch gewährleistet ist.

Bedingt durch die Größe der IUBH und der damit einhergehenden günstigen Betreuungsrelation gelingt es den Lehrenden, den Studierenden auch über die festen Sprechzeiten hinaus

zur Verfügung zu stehen. Die Studierenden haben im persönlichen Gespräch bestätigt, dass sie rundum zufrieden sind.

		Exzellent	Qualitäts-anforderung übertroffen	Qualitäts-anforderung erfüllt	Qualitäts-anforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
4.	**Wissenschaftliches Umfeld und Rahmenbedingungen**					
4.1	Lehrpersonal					
4.1.1*	Struktur und Anzahl des Lehrpersonals in Bezug auf die curricularen Anforderungen (Asterisk-Kriterium)			x		
4.1.2*	Wissenschaftliche Qualifikation des Lehrpersonals (Asterisk-Kriterium)			x		
4.1.3*	Pädagogische / didaktische Qualifikation des Lehrpersonals (Asterisk-Kriterium)		x			
4.1.4	Praxiskenntnisse des Lehrpersonals		x			
4.1.5*	Interne Kooperation (Asterisk-Kriterium)			x		
4.1.6*	Betreuung der Studierenden durch Lehrpersonal (Asterisk-Kriterium)		x			

4.2 Studiengangsmanagement

Die übergreifende Koordination der Lehraktivitäten erfolge durch die Fachbereichsleiter sowie die Studiengangsleiter. Die Studiengangsleiter seien für die strukturelle Weiterentwicklung der Studienprogramme sowie damit verbundene Module bzw. Kursangebote verantwortlich. Hierzu gehörten auch die Vermeidung curricularer Redundanzen und die Sicherstellung des akademischen Niveaus.

Zur Sicherstellung der Lehrqualität werden durch den Studiendekan semesterbezogene Kurs- und Dozentenevaluationen durchgeführt. Auf Grundlage der Befunde würden in Abstimmung mit den Fachbereichsleitern und Dozenten Empfehlungen zur Verbesserung der Lehrqualität ausgesprochen.

Die Entwicklung neuer Studiengänge erfolge im Rahmen von Planungssitzungen unter Beteiligung der Hochschulleitung, der Fachbereichsleitung, der Studiengangsleitungen und von fachlich einschlägig ausgewiesenen Professoren der Hochschule.

Die Hochschuladministration sei in die Bereiche Finanzen und Buchhaltung, Marketing, Studienberatung, Informationstechnologie, Studentensekretariat, Prüfungsamt, Bibliothek, International Office, Career Service, Alumniorganisation und Infrastruktur-Services gegliedert. Eine Weiterqualifizierung des administrativen Personals biete die IUBH beispielsweise in Form von Teamschulungen an.

Zur Verankerung der Hochschule in der Industrie und zur Förderung der Kooperationen zwischen der Hochschule und Dienstleistungsunternehmen hat die Hochschule nach ihren Darlegungen einen Fachbeirat berufen. Aufgaben dieses Gremiums seien die Entwicklung von Vorschlägen und die Abgabe von Empfehlungen zur weiteren Profilierung der Hochschule, zur Schaffung des Zuganges zu praxisrelevanten Themen und Persönlichkeiten, zur Wettbewerbsfähigkeit und Hochschulentwicklungsplanung. Dem Fachbeirat gehören zurzeit 16 hochrangige Persönlichkeiten aus der Wirtschaft an.

Bewertung:

Die Gutachter konnten sich bei der Begutachtung vor Ort davon überzeugen, dass die Studiengangsleitung die Abläufe aller im Studiengang Mitwirkenden in Zusammenarbeit mit den Modulverantwortlichen koordiniert. Die übergreifende Lehrkoordination erfolgt durch die Bereichsleiter. Insgesamt wird durch diese Aufteilung der Verantwortlichkeiten ein störungsfreier Ablauf des Studienbetriebs sichergestellt.

Die Ablauforganisation und Verwaltungsunterstützung für Studierende und Lehrende sind überdies hinsichtlich ihrer Entscheidungsprozesse-, -kompetenzen und -verantwortlichkeiten transparent aufgeteilt. Quantitativ sind Verwaltung und Service-Bereiche angemessen ausgestattet; das Netz an unterstützenden administrativen Organisationseinheiten ist eng geknüpft, von der Qualität der Leistungen konnten sich die Gutachter im Gespräch mit Lehrenden, Studierenden und Verwaltungsmitarbeiten einen überzeugenden Eindruck verschaffen. Das schon erwähnte engmaschige institutionelle und informelle Beratungs- und Kommunikationssystem gewährleistet den unmittelbaren Zugang zur Ablauforganisation und gewährt die gebotenen Einwirkungsmöglichkeiten – auch und gerade für die Studierenden, die sich über ihre Vertreter in den Gremien, über die organisierte Studentenschaft, aber auch individuell jederzeit und unmittelbar einbringen können. Über das hochschuleigene Intranet ist zudem sichergestellt, dass die Möglichkeiten der Serviceunterstützung auch elektronisch unterstützt werden. Weiterqualifizierung des administrativen Personals bietet die IUBH beispielsweise in Form von Teamschulungen nach Ansicht der Gutachter in hinreichendem Maße an.

Die IUBH hat des Weiteren einen Fachbeirat ins Leben gerufen, der mit Vertretern der beruflichen Praxis besetzt ist. Im Gespräch mit einem Repräsentanten des Fachbeirats bei der Begutachtung vor Ort haben die Gutachter den Eindruck gewonnen, dass dieses Gremium mit hoher Kompetenz und großem Engagement die Entwicklung der Hochschule, aber auch des vorliegenden Studienganges begleitet.

		Exzellent	Qualitäts-anforderung übertroffen	Qualitäts-anforderung erfüllt	Qualitäts-anforderung nicht erfüllt	Nicht relvant
4.	**Wissenschaftliches Umfeld und Rahmenbedingungen**					
4.2	Studiengangsmanagement					
4.2.1*	Studiengangsleitung (Asterisk-Kriterium)			x		
4.2.2	Ablauforganisation und Verwaltungsunterstützung für Studierende und das Lehrpersonal			x		
4.2.3	Beratungsgremium (Beirat) und dessen Struktur und Befugnisse			x		

4.3 Kooperationen und Partnerschaften

Die IUHB verweist bezüglich ihrer Kooperationen und Partnerschaften auf 25 Partnerschaften mit ausländischen Hochschulen, davon sieben auf ERASMUS-Ebene. Weitere sieben Hochschulkooperationen seien derzeit in Vorbereitung. 26 Partnerschaften seien auf Studentenaustausch ausgerichtet, mit neun Hochschulen liegen Doppelabschluss-Vereinbarungen vor und 17 Kooperationen seien auf Dozentenaustausch ausgerichtet (davon sieben realisiert).

Neben den Hochschulpartnerschaften bestehe eine Reihe von Mitgliedschaften und Partnerschaften in solchen Verbänden und Kammern, die an international ausgebildeten Absolven-

ten Bedarf haben. Darüber hinaus bestehen 29 Industriekooperationen, die unter anderem auf Stipendiumsvereinbarungen, Forschungskooperationen oder Praktikantenprogramme ausgerichtet sind.

Zudem finden zahlreiche weitere Aktivitäten (z.B. im Rahmen von Career Days), diverse Trainings (z.B. Gehaltsverhandlungen), Bachelor-Arbeiten und Praktika in Kooperation mit Unternehmen statt. Für den vorliegenden Bachelor-Studiengang haben 29 Unternehmen Praktikumsplätze bereitgestellt.

Bewertung:

Die eingesehenen Kooperationsverträge und die auf dieser Grundlage vereinbarten Learning Agreements lassen erkennen, dass die Kooperationen der IUBH mit ausländischen Partnerhochschulen aktiv betrieben werden und mit Leben gefüllt sind. Auch die Zusammenarbeit mit anderen, für das Studium relevanten Einrichtungen wird gepflegt und aktiv in das Campusleben, z.B. durch Vortragstätigkeit, einbezogen. Es bestehen keine Zweifel, dass in dem hier betreffenden Studiengang gleichermaßen verfahren wird.

Hervorzuheben sind für den vorliegenden Bachelor-Studiengang die Kooperationen mit namhaften Wirtschaftsunternehmen, die nicht nur als Partner für die Durchführung des Pflichtpraktikums eine curricular relevante Komponente beisteuern, sondern auch im Rahmen von Stipendiumsvereinbarungen, Forschungskooperationen und durch den Fachbeirat zweifelsfrei mit Leben gefüllt sind und sich in konkreten Maßnahmen niederschlagen (Praktika, Trainings, Projekte), die den Studierenden bezüglich ihres Qualifikations- und Kompetenzerwerbs zugutekommen.

		Exzellent	Qualitäts-anforderung übertroffen	Qualitäts-anforderung erfüllt	Qualitäts-anforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
4.	**Wissenschaftliches Umfeld und Rahmenbedingungen**					
4.3	Kooperationen und Partnerschaften					
4.3.1*	Kooperationen mit Hochschulen und anderen wissenschaftlichen Einrichtungen bzw. Netzwerken (Asterisk-Kriterium für Kooperationsstudiengänge)			x		
4.3.2*	Kooperationen mit Wirtschaftsunternehmen und anderen Organisationen (Asterisk-Kriterium für ausbildungs- und berufsintegrierende Studiengänge, Franchise-Studiengänge)		x			

4.4 Sachausstattung

Der Campus der IUBH umfasse eine Grundfläche von 20.000 qm, von denen 11.172 qm mit Baukörpern versehen sind. Dies sind der historische Turm, die Dallmayr Lounge (Aufenthaltsraum und Studienraum), das historische Hauptgebäude mit sechs Büros, einem Restaurant, 12 Seminarräumen und 12 Dozentenbüros, ein Neubau mit Auditorium, einem Prüfungsraum, einem Studienraum sowie einer Studentenbar und ein Kollegiengebäude, in dem sich der Career Service, das International Office, die Buchhaltung, das Prüfungsamt, 16 weitere Seminarräume, 12 weitere Dozentenbüros und das Rektorat befinden. Zusätzlich gebe es sechs Apartmenthäuser als Studentenwohnheime mit 203 Betten und einer Mensa im Erdgeschoss.

Die Bibliothek weise eine Nutzfläche von 479 qm auf. Für Lehrveranstaltungen und Projekte stünden insgesamt 31 Räume mit insgesamt rund 2.000 qm und einer Kapazität von maximal 1.159 Plätzen zur Verfügung. Aufgrund des Kleingruppen-Konzepts seien der IUBH zufolge größere Vorlesungsmöglichkeiten nicht erforderlich. Alle Studierenden hätten Notebooks und alle Unterrichtsräume seien mit W-LAN, Beamern und Whiteboards ausgestattet. Als Software-Anwendungsprogramme seien Airsked, Fidelio, HOTS, Sabre/Merlin, SAP, SAS sowie SPSS installiert.

Die IUBH verfüge am Standort Bad Honnef über eine umfassende Präsenzbibliothek. Literatur und Zeitschriften seien auf die Studieninhalte abgestimmt und auf dem aktuellen Stand. Auch liege ein Konzept für die weitere Entwicklung der Bibliothek vor. In der Bibliothek stünden insgesamt 112 Einzel-Lese- und Arbeitsplätze an Tischen zur Verfügung. Zusätzlich stehen den Studierenden ein Gruppenarbeitsraum mit W-LAN und Pinboard sowie zwei Projektgruppen-Arbeitsräume und ein Kopierraum zur Verfügung. Das Personal der IUBH-Bibliothek umfasse derzeit drei Diplom-Bibliothekare, einen Bibliotheksassistenten, einen Auszubildenden zum Fachangestellten für Medien- und Informationsdienste und fünf studentische Hilfskräfte.

Die Studierenden erhalten zudem Zugriff auf eine Vielzahl an Datenbanken (z.B. EBSCO und Emerald Management Xtra). Eine netzbasierte Plattform stellt den Studierenden darüber hinaus weiterführende Informationen zur Verfügung. Zugriff auf mehrere E-Book-Plattformen, über die Standardwerke kostenfrei als Download oder online-lesbare Variante (inklusive der Möglichkeit des Drucks) bereitgestellt werden, runden das Angebot ab. Neben dem Online-Katalog und bereits erwähnten Datenbanken stehen den Studierenden die Deutsche Online-Fernleihe sowie weitere Verbundkataloge und Dokumenten-Lieferdienste zur Verfügung.

Alle Ressourcen seien darüber hinaus über einen eigenen Bereich im Campus-Intranet zugänglich und könnten via Passwort auch von außerhalb des Hochschulcampus erreicht werden. Die Kreis- und Hochschulbibliothek der Hochschule Bonn/Rhein-Sieg sowie die Universitäts- und Landesbibliothek der Universität Bonn stehen den Studierenden der IUBH zudem in unmittelbarer Nähe zur Verfügung.

Bewertung:

Den Studierenden und Lehrenden stehen moderne, technisch gut ausgestattete Räume aller Größenordnungen in ausreichender Zahl zur Verfügung. Eine leistungsfähige IT-Infrastruktur (mit Zugang zu kostenfreiem W-LAN) einschließlich Web-basierter Tools für die Mitglieder der Hochschule zur virtuellen und auch pro-aktiven Teilnahme an den hochschulinternen Aktivitäten und Prozessen gehören ebenso zum Ausstattungsniveau wie eine behindertengerechte, barrierefreie Ausstattung der Unterrichts- und Studierräume. Wo dies nicht realisiert werden konnte, wie beispielsweise aus bautechnischen Gründen im historischen Gebäude, werden im gegeben Fall die Veranstaltungen in barrierefreie Räumlichkeiten verlegt.

Die Ausstattung der Bibliothek mit Monografien und Zeitschriften ist hinreichend, der Zugriff auf elektronische Medien, auf externe Kataloge und Bestände sowie Datenbanken kann als gut bezeichnet werden – zumal der Zugriff auf die Bestände, Datenbanken und die Bibliotheksverbünde über entsprechende elektronische Plattformen auch vom externen Arbeitsplatz aus möglich ist. Die Strategie der Bibliotheksentwicklung weist überdies in eine noch stärker durch die elektronischen Medien geprägte Richtung. Der für eine Hochschule dieser Größenordnung ansprechende Bibliotheksetat wird für diesen Schwerpunkt zunehmend in Anspruch genommen.

Die Öffnungszeiten der Hochschulbibliothek sind studienfreundlich bemessen und werden von den Studierenden und Absolventen als hinreichend bezeichnet. Weitere wissenschaftliche Bibliotheken im gut erreichbaren Umfeld können auf vertraglicher Grundlage zusätzlich in Anspruch genommen werden. Der Besuch der Hochschulbibliothek durch die Gutachter führt zu der Feststellung einer ausreichenden Anzahl von Arbeitsplätzen und Gruppenarbeitsräumen mit einer IT-Ausstattung entsprechend den heutigen Standards. Während der Begutachtung konnten sich die Gutachter davon überzeugen, dass den Studierenden qualifiziertes Betreuungspersonal, unter anderem in Form von derzeit drei Diplom-Bibliothekaren, zur Ad-hoc Beratung zur Verfügung steht.

		Exzellent	Qualitäts-anforderung übertroffen	Qualitäts-anforderung erfüllt	Qualitäts-anforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
4.	**Wissenschaftliches Umfeld und Rahmenbedingungen**					
4.4	Sachausstattung					
4.4.1*	Quantität, Qualität sowie Media und IT-Ausstattung der Unterrichtsräume (Asterisk-Kriterium)			x		
4.4.2*	Zugangsmöglichkeiten zur erforderlichen Literatur (Asterisk-Kriterium)			x		
4.4.3	Anzahl und technische Ausstattung der Bibliotheksarbeitsplätze für Studierende		x			

4.5 Zusätzliche Dienstleistungen

Die Studienberatung verwalte sämtliche Informationsangebote der IUBH und diene der persönlichen Beratung via E-Mail, Telefon und im persönlichen Gespräch. Vom Bereich Career-Service, der mit 2,5 Mitarbeitern besetzt ist, werden die Studierenden im Hinblick auf folgende Punkte beraten:

- Vermittlung und Abwicklung von Praktika,
- Organisation von Informationsveranstaltungen über Berufsmöglichkeiten,
- Hilfe bei der Stellensuche für Absolventen,
- Optimierung der Bewerbungsunterlagen,
- Organisation der Career-Days,
- Administration und Pflege des Alumniportals,
- Organisation von Alumnitreffen.

Zur Betreuung der Alumni-Aktivitäten steht eine weitere halbe Stelle innerhalb des Career-Service zur Verfügung. Die Absolventen erhalten, wie die IUBH darlegt, nach erfolgreichem Studienabschluss eine IUBH E-Mail-Adresse sowie den Zugang zum Hochschulinformationssystem CARE. Damit hätten sie Zugriff auf das Alumni-Netzwerk, Kontaktdaten, Jobangebote und allgemeine Informationen zur Hochschul- und Studiengangsentwicklung. Das jährlich von der Hochschule organisierte Alumnitreffen diene dem Austausch sowie der Vertiefung und Erweiterung des Netzwerkes. Neben diesen hochschulseitig gesteuerten Alumniaktivitäten bestehe ein intensives soziales Netzwerk auf Basis von Facebook, Twitter und Xing.

Hochschulabgänger wurden im Sommersemester 2012 erstmalig nach ihrem Berufseintritt über die Qualität der Berufsvorbereitung befragt, um Vorschläge zur Verbesserung des Studienangebots aus Sicht der Praxisanforderungen ihrer Servicebranche zu machen. Diese Befragung soll regelmäßig erfolgen. Auch werden die Teilnehmer der Alumni-

Veranstaltungen zu den Angeboten und Verbesserungsmöglichkeiten des Alumni-Netzwerks befragt, um eine kontinuierliche Qualitätsverbesserung sicherzustellen.

Die Studierenden haben nach Angaben der IUHB des Weiteren im Fall kritischer Studienphasen oder persönlich schwieriger Lebenssituationen die Möglichkeit, sich professionelle Hilfe durch hochschulunabhängige Psychotherapeuten mit Sitz in Bad Honnef einzuholen. Diese Kontaktdaten werden den Studierenden im Intranet unter dem Stichwort „Psychologische Hilfe“ angeboten. Darüber hinaus erhalten die Studierenden dort Informationen zu weiteren Selbsthilfenetzwerken, telefonischer Seelsorge und professioneller Psychiatrie. Im Sportprogramm der Hochschule gebe es darüber hinaus in Kooperation mit der Stadt Bad Honnef die Möglichkeit, kostenlos oder gegen ermäßigtes Entgelt Sport (z.B. Tanzen, Rudern, Tennis) zu treiben.

Bewertung:

Die IUBH hat eine umfassende Karriereberatung, die personell hinreichend ausgestattet ist und die den Studierenden auch individuelle Beratungsleistungen via E-Mail, Telefon und im persönlichen Gespräch anbietet. Positiv hervorzuheben ist in diesem Zusammenhang das beachtliche Unternehmensnetzwerk, zu dem die Studierenden durch vom Career Center regelmäßig organisierte Informationsveranstaltungen Zugang haben (beispielsweise durch den Career Day). Insgesamt betreibt die IUBH so eine systematische Vermarktung der Absolventen.

Gleiches gilt für die Alumni-Aktivitäten, die regelmäßig in Form von Alumni-Events stattfinden. Auch hier steht hinreichend Personal zur Verfügung. Die Alumni werden dabei auch in die Weiterentwicklung der Studiengänge einbezogen, indem die IUBH seit dem Sommersemester 2012 ihre Hochschulabsolventen über die Qualität der Berufsvorbereitung befragt, um Vorschläge und Verbesserungen des Studienangebots aus Sicht der Praxiserfahrung ihrer Servicebranche zu erhalten. Insgesamt entsteht der Eindruck einer engen Bindung der Absolventen an die IUBH, die die Hochschule auch dadurch verstärkt, dass die Absolventen nach erfolgreichem Studienabschluss eine IUBH E-Mail-Adresse sowie den Zugang zum Hochschulinformationssystem CARE beibehalten, wodurch sie weiterhin Zugriff auf das Alumni-Netzwerk, Kontaktdaten, Jobangebote und allgemeine Informationen zur Hochschul- und Studiengangsentwicklung haben. Die Gutachter sind davon überzeugt, dass auch der gegenständliche Studiengang künftig davon profitieren wird.

Die personenbezogene Beratung und Betreuung der Studierenden findet die ausdrückliche Würdigung der Gutachter. Besonders hervorzuheben ist diesbezüglich der ins Leben gerufene „Student Support Service“, der die Studierenden jederzeit und „in allen Lebenslagen“ unterstützt. Darüber hinaus haben die Studierenden im Falle kritischer Lebenslagen die Möglichkeit, sich professionelle Hilfe durch hochschulunabhängige Psychotherapeuten mit Sitz in Bad Honnef einzuholen, deren Kontaktdaten sie im Intranet finden.

		Exzellent	Qualitäts-anforderung übertroffen	Qualitäts-anforderung erfüllt	Qualitäts-anforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
4.	**Wissenschaftliches Umfeld und Rahmenbedingungen**					
4.5	Zusätzliche Dienstleistungen					
4.5.1	Karriereberatung und Placement Service		x			
4.5.2	Alumni-Aktivitäten			x		
4.5.3	Personenbezogene Beratung und Betreuung der Studierenden		x			

4.6 Finanzplanung und Finanzierung des Studienganges (Asterisk-Kriterium)

Die Finanzierung des Studienganges erfolgt durch Studiengebühren. In diesem Zusammenhang verweist die Hochschule auf einen deutlich positiven Deckungsbeitrag zur Abdeckung der Raum-, Verwaltungs- und sonstigen Gemeinkosten der IUBH. Zudem existiere die Absicherung des Studienbetriebes über das Vermögen der Trägergesellschaft. Die IUBH ist darüber hinaus dem Ministerium für Wissenschaft, Forschung und Technologie des Landes Nordrhein-Westfalen verpflichtet, eine Ausfallbürgschaft für den Fall zu hinterlegen, dass die Trägergesellschaft nicht mehr für die Ausgaben des laufenden Studienbetriebs aufkommen kann. Diese Bürgschaft werde vom Ministerium beaufsichtigt und regelmäßig angepasst. Für den vorliegenden Studiengang liegen zudem eine umfassende Finanzkalkulation und Liquiditätsbetrachtung vor.

Bewertung:

Die von den Gutachtern eingesehene Finanzplanung und Liquiditätsbetrachtung ist nachvollziehbar kalkuliert und erstreckt sich bis 2020. Darin sind die Berechnungen zur Anzahl der Studienanfänger, Anzahl der Studierenden und Einnahmen sowie zu den Ausgaben für Personal, Forschung und Infrastruktur hinreichend dargelegt. Durch die Garantieerklärung der Trägergesellschaft und durch die beim zuständigen Landesministerium hinterlegte Bürgschaftsurkunde besteht kein Zweifel, dass die Finanzierungssicherheit für den ordnungsgemäßen Betrieb des Studienganges nicht nur für diesen Studienzyklus, sondern für den gesamten Akkreditierungszeitraum gegeben ist.

		Exzellent	Qualitäts-anforderung übertroffen	Qualitäts-anforderung erfüllt	Qualitäts-anforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
4.	**Wissenschaftliches Umfeld und Rahmenbedingungen**					
4.6*	Finanzplanung und Finanzierung des Studienganges (Asterisk-Kriterium)			x		

5 QUALITÄTSSICHERUNG

Die IUBH macht geltend, Qualitätsziele für die Entwicklung ihrer Studiengänge formuliert zu haben und ihre Umsetzung regelmäßig zu überprüfen. Die diesbezüglichen Verantwortlichkeiten seien zwischen Pro-Rektor Lehre und Studium, Studiendekan, Studiengangsleitung und Modulkoordinatoren aufgeteilt. Um eine hohe Qualitätstransparenz, die Verfügbarkeit zeitnaher Informationen zu Stärken und Schwächen der Lehrqualität, eine kontinuierliche Weiterentwicklung selbiger sowie die direkte Einbeziehung des Lehrkörpers zu erreichen, werden regelmäßige Daten zur Qualität der Lehre und Forschung erhoben.

Dies geschehe unter anderem durch die studentische Lehrevaluation, die studentische Service-Evaluation, die Lehrveranstaltungsevaluation durch die Dozenten sowie durch das Feedback von Alumni und Arbeitgebern. Zusätzlich werden die Dozenten aufgefordert, den Studierenden bereits in der Mitte des Semesters eine Möglichkeit zur Zwischenevaluation anzubieten.

Der Aufbau des Fragebogens orientierte sich hierbei an den Empfehlungen der Hochschulrektorenkonferenz. Darüber hinaus wurde der Kriterienkatalog auf Basis von studentischem Feedback und Gesprächen mit Dozenten auf die aktuellen Bedürfnisse angepasst. Die Ergebnisse werden in einem dreistufigen Modell (Qualitätsstufen A, B und C) anhand prozentualer Studierendenzufriedenheit klassifiziert. Workload-Erhebungen werden pro Kurs erhoben. Dabei werden Kursergebnisse als kritisch erachtet, wenn die Abweichung +/- 20% übersteigt. Die Studierenden können sich mit ihren diesbezüglichen Anliegen darüber hinaus an das Student Support Services Team wenden.

Die Evaluation der Dienstleistungen auf dem Campus umfasst die Bewertung der Bibliothek, aller Verwaltungseinheiten, der IT-Unterstützung und der Gastronomie und Appartements auf dem Campus. Auf der Basis dieser Evaluation konnten unter anderem ein verbesserter Klausureinsichtsprozess, ein weiterer Ausbau der Nutzung von e-books in der Bibliothek oder ein neues Abrechnungssystem für die gastronomischen Angebote eingeführt werden.

Eine weitere Qualitätssicherungsmaßnahme sei die Dozenten-Selbstevaluation. Hierbei werden die Dozenten am Ende eines jeden Semesters gebeten, eine schriftlich verfasste Selbstevaluation zu ihren Kursen zu erstellen und positive wie negative Eindrücke festzuhalten. Die Ergebnisse würden mit denen der studentischen Lehrevaluation verglichen werden. Zudem gebe es für die Dozenten einen Peer-Review-Prozess zur gegenseitigen Unterstützung und zum gegenseitigen Besuch der jeweiligen Veranstaltungen, interne Teaching-Quality-Workshops oder ein Mentoring-Programm für neue Dozenten.

Fremdevaluationen durch Arbeitgeber adressiere die IUBH noch auf der Basis individueller Kontakte der Studiengangsleiter. Zudem werde im Career Service zu jeder Praktikumsgruppe ein individuelles Feedback von den Unternehmensbetreuern zur Leistung der Studierenden eingeholt. Auch werde bei Treffen mit den Unternehmensberatern Rückmeldung zur Zufriedenheit mit IUBH-Studierenden und -Absolventen in Praktikum und Job erbeten.

Alumni seien in den Evaluationsprozess durch repräsentative Absolventenbefragungen eingebunden, die alle zwei Jahre erfolgen. Hierbei werden die Absolventen über ihre IUBH-E-Mail-Adresse zur Teilnahme aufgefordert. Wichtigste Themenblöcke bei der Befragung sind Verbesserungsvorschläge, die Zufriedenheit der Absolventen mit dem Studium an der IUBH, die Dauer bis zum Jobeinstieg, Aufgaben- und Verantwortungsbereich im Unternehmen, nationale oder internationale Einsatzfelder, Jobzufriedenheit und Gehaltentwicklung. Die Ergebnisse werden hochschulintern über das Intranet und hochschulextern über das Alumni-Portal kommuniziert, den relevanten Fach- und Servicebereichen weitergeleitet und diskutiert.

Die Analyse der Evaluationsergebnisse erfolge durch den Studiendekan der IUBH. Die Ergebnisse würden in internen Zirkeln mit der Geschäftsführung, den Programmverantwortlichen und den studentischen Vertretern besprochen. Darüber hinaus werde der Senat regelmäßig (einmal pro Semester) und unter Anwesenheit von zwei studentischen Vertretern über Qualitätssicherungsmaßnahmen informiert und gehört. Im Rahmen der für Fakultät und Verwaltung offenen Semesterkonferenz werde ebenfalls über die Qualitätssicherungsmaßnahmen gesprochen und ein Preis der Lehre (Best Teaching Award) vergeben.

Auf der Basis der erhobenen Daten und der Diskussion der Ergebnisse mit den beteiligten Akteuren würden konkrete Maßnahmen abgeleitet werden, durch deren Umsetzung ein kontinuierlich hohes Niveau der Lehrqualität sichergestellt werde. Diesbezüglich wurden beispielsweise ein Dozentenhandbuch für neue Dozenten sowie die Dokumentation des Prozesses der Programmentwicklung bzw. die Dokumentation der Rolle des Modulkoordinators bei der Qualitätsentwicklung erarbeitet. Andere Qualitätssicherungsmaßnahmen seien beispielsweise Verbesserungen von Gruppengrößen, strukturelle Aufarbeitung von Kursmaterialien oder personalpolitische Reaktionen.

Die Dokumentation der Studiengänge der IUBH erfolge in der Studien- und Prüfungsordnung, in den Modulbeschreibungen im Intranet, in Studiengangsbroschüren, im akademischen Jahresbericht sowie auf der Homepage der IUBH. Weiterhin werden für Studierende in Informationsveranstaltungen und auf verschiedenen Internet-Portalen Ziele, Verlauf und Inhalte des Studiums dargestellt. Die Aktivitäten im Studienjahr werden im akademischen Jahresbericht der IUBH veröffentlicht, der auch über die Homepage verfügbar ist. Die Studierenden erhalten von den Lehrenden und vom Student Support Service jederzeit Beratung.

Bewertung:

Die IUBH hat ein umfassendes Qualitätssicherungskonzept geschaffen, das neben der Entwicklung von Qualitätszielen auch diverse Instrumentarien umfasst, die die kontinuierliche Überwachung und Weiterentwicklung der Qualität des Studienganges bezüglich der Inhalte, Prozesse und Ergebnisse sicherstellt. Dazu gehören unter anderem studentische Evaluationen, Untersuchungen der studentischen Arbeitsbelastung sowie Erhebungen zum Studienerfolg und Absolventenverbleib. An der Planung und Ausführung dieser Verfahren sind Lehrende und Studierende in entsprechenden Gremien, beispielsweise durch die Student Representatives, beteiligt. Die Studierenden sind überdies auch in die Diskussion um die Entwicklung des Fragenkatalogs zur studentischen Evaluation eingebunden, wie bei den Gesprächen vor Ort überzeugend bekundet wurde.

Neben der bereits genannten Evaluation durch Studierende, deren Ergebnisse den Studierendenvertretern mitgeteilt und so an die Studierenden herangetragen werden, findet auch eine Qualitätssicherung durch das Lehrpersonal in Form einer Dozenten-Selbstevaluation statt. Die Ergebnisse würden mit denen der studentischen Lehrevaluation verglichen und kommuniziert werden und so Eingang in den Qualitätsentwicklungsprozess finden. Gleiches gilt für externe Evaluierungen, die mit den Arbeitgebern auf der Basis individueller Kontakte der Studiengangsleiter stattfinden. Zudem holt das Career Service zu jeder Praktikumsgruppe ein individuelles Feedback von den Unternehmensbetreuern zur Leistung der Studierenden ein und bittet bei Treffen mit den Unternehmensberatern um Rückmeldung zur Zufriedenheit mit IUBH Studierenden und Absolventen in Praktikum und Job.

Die Anforderungen hinsichtlich Studiengang, Studienverlauf und Prüfungen sind durch Veröffentlichung auf der Internetpräsenz der IUBH, durch Studiengangsbroschüren sowie durch im Intranet verfügbare Studien- und Prüfungsordnungen und Modulbeschreibungen sichergestellt. Die Studierenden erhalten von den Lehrenden und vom Student Support Service

jederzeit Beratung. Die Aktivitäten der IUBH werden überdies im akademischen Jahresbericht der IUBH regelmäßig veröffentlicht.

		Exzellent	Qualitäts-anforderung übertroffen	Qualitäts-anforderung erfüllt	Qualitäts-anforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
5.	**Qualitätssicherung**					
5.1*	Qualitätssicherung und -entwicklung der Hochschule und das Zusammenwirken zwischen Hochschulleitung und Fakultät/ Fachbereich sowie Studiengangsleitung in der Studiengangsentwicklung (Asterisk-Kriterium)			x		
5.2*	Qualitätssicherung und -entwicklung des Studienganges in Bezug auf Inhalte, Prozesse und Ergebnisse (Asterisk-Kriterium)			x		
5.3	Instrumente der Qualitätssicherung					
5.3.1	Evaluation durch Studierende			x		
5.3.2	Qualitätssicherung durch das Lehrpersonal			x		
5.3.3	Fremdevaluation durch Alumni, Arbeitgeber und weitere Dritte			x		
5.4	Dokumentation des Studienganges					
5.4.1	Beschreibung des Studienganges			x		
5.4.2	Dokumentation der Aktivitäten im Studienjahr			x		

Qualitätsprofil

Hochschule: Internationale Hochschule Bad Honnef (IUBH), Standort Bad Honnef

Bachelor-Studiengang: International Marketing Management (B.A.)

Beurteilungskriterien		Bewertungsstufen				
		Exzellent	Qualitäts-anforderung übertroffen	Qualitäts-anforderung erfüllt	Qualitäts-anforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
1.	**Ziele und Strategie**					
1.1*	Logik und Nachvollziehbarkeit der Zielsetzung des Studienganges			x		
1.2	Positionierung des Studienganges					
1.2.1	Positionierung im Bildungsmarkt			x		
1.2.2	Positionierung im Arbeitsmarkt für Absolventen („Employability“)			x		
1.2.3	Positionierung im strategischen Konzept der Hochschule			x		
1.3*	Internationale Ausrichtung		x			
1.4	Geschlechtergerechtigkeit und Chancengleichheit			x		
2	**Zulassung (Bedingungen und Verfahren)**					
2.1*	Zulassungsbedingungen			x		
2.2	Auswahlverfahren (falls vorhanden)			x		
2.3	Berufserfahrung (* für weiterbildenden Master-Studiengang)					x
2.4*	Gewährleistung der Fremdsprachenkompetenz			x		
2.5	Transparenz und Nachvollziehbarkeit des Zulassungsverfahrens			x		
2.6	Transparenz der Zulassungsentscheidung			x		
3.	**Umsetzung**					
3.1	Struktur					
3.1.1	Struktureller Aufbau des Studienganges (Kernfächer / ggf. Spezialisierungen (Wahlpflichtfächer) / weitere Wahlmöglichkeiten / Praxiselemente			x		
3.1.2*	Berücksichtigung des „European Credit Transfer and Accumulation Systeme (ECTS)“ und der Modularisierung			x		
3.1.3*	Studien- und Prüfungsordnung			x		
3.1.4*	Studierbarkeit			x		
3.2	Inhalte					
3.2.1*	Logik und konzeptionelle Geschlossenheit			x		
3.2.2*	Begründung der Abschlussbezeichnung			x		
3.2.3*	Begründung der Studiengangsbezeichnung			x		
3.2.4*	Integration von Theorie und Praxis			x		

		Exzellent	Qualitäts-anforderung übertroffen	Qualitäts-anforderung erfüllt	Qualitäts-anforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
3.2.5	Interdisziplinarität			x		
3.2.6	Methoden und wissenschaftliches Arbeiten			x		
3.2.7*	Prüfungsleistungen und Abschlussarbeit			x		
3.3	Internationalität					
3.3.1*	Internationale und interkulturelle Inhalte		x			
3.3.2	Internationalität der Studierenden			x		
3.3.3	Internationalität der Lehrenden		x			
3.3.4	Fremdsprachenanteil		x			
3.4	Zusätzlicher Qualifikations- und Kompetenzerwerb					
3.4.1*	Erwerb anwendungs- und/oder forschungsorientierter Kompetenzen (nur bei Master-Studiengang)					x
3.4.2*	Überfachliche Qualifikationen			x		
3.4.3*	Kommunikationsfähigkeit und Rhetorik / Kooperations- und Konfliktfähigkeit			x		
3.5	Didaktisches Konzept					
3.5.1*	Logik und Nachvollziehbarkeit des didaktischen Konzeptes			x		
3.5.2	Begleitende Lehrveranstaltungsmaterialien			x		
3.5.3	Gastreferenten			x		
3.5.4	Tutoren im Lehrbetrieb			x		
3.6*	Berufsqualifizierende Kompetenzen			x		
4.	**Wissenschaftliches Umfeld und Rahmenbedingungen**					
4.1	Lehrpersonal des Studienganges					
4.1.1*	Struktur und Anzahl des Lehrpersonals in Bezug auf die curricularen Anforderungen			x		
4.1.2*	Wissenschaftliche Qualifikation des Lehrpersonals			x		
4.1.3*	Pädagogische / didaktische Qualifikation des Lehrpersonals		x			
4.1.4	Praxiskenntnisse des Lehrpersonals		x			
4.1.5*	Interne Kooperation			x		
4.1.6*	Betreuung der Studierenden durch Lehrpersonal		x			
4.2	Studiengangsmanagement					
4.2.1*	Studiengangsleitung			x		
4.2.2	Verwaltungsunterstützung für Studierende und das Lehrpersonal			x		
4.2.3	Beratungsgremium (Beirat) und dessen Struktur und Befugnisse			x		

4.3	Kooperationen und Partnerschaften		
4.3.1	Kooperationen mit Hochschulen und anderen wissenschaftlichen Einrichtungen (* für Kooperationsstudiengänge)		x
4.3.2	Kooperationen mit Wirtschaftsunternehmen und anderen Organisationen (* für ausbildungs- und berufsintegrierende Studiengänge, Franchise-Studiengänge)	x	
4.4	Sachausstattung		
4.4.1*	Quantität, Qualität sowie Media- und IT-Ausstattung der Unterrichtsräume		x
4.4.2*	Zugangsmöglichkeiten zur erforderlichen Literatur		x
4.4.3	Anzahl und technische Ausstattung der Bibliotheksarbeitsplätze für Studierende	x	
4.5	Zusätzliche Dienstleistungen		
4.5.1	Karriereberatung und Placement Service	x	
4.5.2	Alumni-Aktivitäten		x
4.5.3	Personenbezogene Beratung und Betreuung der Studierenden	x	
4.6	Finanzplanung und Finanzierung des Studienganges		x
5.	**Qualitätssicherung**		
5.1*	Qualitätssicherung und -entwicklung der Hochschule und das Zusammenwirken zwischen Hochschulleitung und Fakultät/Fachbereich sowie Studiengangsleitung in der Studiengangsentwicklung		x
5.2*	Qualitätssicherung und -entwicklung des Studienganges in Bezug auf Inhalte, Prozesse und Ergebnisse		x
5.3	Instrumente der Qualitätssicherung		
5.3.1	Evaluation durch Studierende		x
5.3.2	Qualitätssicherung durch das Lehrpersonal		x
5.3.3	Fremdevaluation durch Alumni, Arbeitgeber und weitere Dritte		x
5.4	Dokumentation des Studienganges		
5.4.1	Beschreibung des Studienganges		x
5.4.2	Dokumentation der Aktivitäten im Studienjahr		x