Beschluss der FIBAA-Akkreditierungskommission für Programme

99. Sitzung am 15. Juli 2016

Projektnummer:	15/116
Hochschule:	SRH Hochschule Berlin, Standort Dresden
Studiengang:	Internationales Marketingmanagement (B.A.)

Die FIBAA-Akkreditierungskommission für Programme beschließt wie folgt:

Der Studiengang wird gemäß § 7 Abs. 2 i.V.m. § 10 Abs. 1 i.V.m. § 10 Abs. 2, i.V.m. § 10 Abs. 4 der besonderen Verfahrensbedingungen für die Vergabe des FIBAA-Qualitätssiegels für Programme vom 04.06.2014 unter drei Auflagen für fünf Jahre akkreditiert.

Akkreditierungszeitraum: Wintersemester 2016/17 bis Ende Sommersemester 2021

Auflagen:

Auflage 1:

Die Hochschule gestaltet das Auswahlverfahren so, dass der inhaltliche Umfang des nachzuweisenden wirtschaftswissenschaftlichen Grundverständnisses sowie die Bewertungskriterien hinreichend deutlich und nachvollziehbar geregelt sind.

Auflage 2:

Die Hochschule legt rechtskräftige Studien- und Prüfungsordnungen für den Studiengang vor (siehe Kapitel 3).

Auflage 3:

Die Hochschule entwickelt ein Evaluierungsverfahren für das Lehrpersonal, das systematisch auch die jeweiligen individuellen (Selbst-) Einschätzungen und Bewertungen enthält oder verdeutlicht. (siehe Kapitel 5).

Die Erfüllung der Auflage ist bis zum 15. April 2017 nachzuweisen.

Das Qualitätssiegel der FIBAA wird vergeben.

FOUNDATION FOR INTERNATIONAL
BUSINESS ADMINISTRATION ACCREDITATION
FIBAA – BERLINER FREIHEIT 20-24 – D-53111 BONN

Gutachten

Hochschule:
SRH Hochschule Berlin, Standort Dresden

Bachelor-Studiengang:
Internationales Marketingmanagement

Abschlussgrad:
Bachelor of Arts (B.A.)

Allgemeine Informationen zum Studiengang

Kurzbeschreibung des Studienganges:
Der Studiengang qualifiziert Bewerber mit Hochschulreife auf Bachelor-Ebene für eine berufliche Karriere im internationalen Marketingmanagement. Er kombiniert eine wirtschaftswissenschaftliche Grundqualifikation mit spezifischem (Marketing-)Fachwissen sowie Methoden und Praxiserfahrungen.

Zuordnung des Studienganges:
grundständig

Regelstudienzeit und Umfang der ECTS-Punkte des Studienganges:
7 Semester, 210 ECTS

Studienform:
Vollzeit

Double/Joint Degree vorgesehen:
nein

Aufnahmekapazität und Zügigkeit (geplante Anzahl der parallel laufenden Jahrgänge):
1 Kohorte mit maximal 30 Studierenden

Start zum:
Wintersemester und Sommersemester

Erstmaliger Start des Studienganges:
WS 2016/17

Akkreditierungsart:
Erst-Akkreditierung

Ablauf des Akkreditierungsverfahrens[1]

Am 4. Dezember 2015 wurde zwischen der FIBAA und der SRH-Hochschule Berlin ein Vertrag über die Erst-Akkreditierung des Studienganges Internationales Marketingmanagement (B.A.) geschlossen. Am 25. Januar 2016 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. Reinhard Hünerberg
Universität Kassel
em. Professor für Marketing

Prof. Dr. Christine Volkmann
Bergische Universität Wuppertal
Professorin für Unternehmensgründung und Wirtschaftsentwicklung,
UNESCO-Lehrstuhl für Entrepreneurship und Interkulturelles Management

em. Prof. Dr. Ulrich Hofmann
Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg
Professor für Economics/Information Management

Prof. Dr. Raija Seppälä-Esser
Hochschule Kempten
Professorin für Tourismusmanagement

Prof. Dr. Jürgen Hilp
DHBW Heidenheim
Professor im Studiengang BWL-Versicherung, Versicherungsvertrieb und Finanzberatung

Christopher Hähner
Urban Surfers Investment GmbH, Bonn
Geschäftsführer

Nora Wandrey
Hochschule Düsseldorf
Studierende der Business Administration (B.A.)

FIBAA-Projektmanager:
Dr. Dieter Swatek
Sts.

Die Begutachtung beruht auf der Antragsbegründung, ergänzt um weitere, vom Gutachterteam erbetene Unterlagen, und einer Begutachtung vor Ort. Die Begutachtung vor Ort wurde am 14./15. März in den Räumen der Hochschule in Berlin durchgeführt. Im gleichen Cluster wurden die Studiengänge Tourismus- und Eventmanagement (B.A.), Entrepreneurship (M.A.) sowie die zusätzlichen Schwerpunkte Finance und E-Business & Social Media für den Studiengang International Business Administration (B.A.) sowie die zusätzliche duale Variante des

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

Studienganges Internationales Hotelmanagement (B.A.) begutachtet. Zum Abschluss des Besuchs gaben die Gutachter gegenüber Vertretern der Hochschule ein kurzes Feedback zu ihren ersten Eindrücken.

Das auf dieser Grundlage erstellte Gutachten wurde der Hochschule am 13. Mai 2016 zur Stellungnahme zugesandt. Die Hochschule übermittelte ihre Stellungnahme zum Gutachten am 2. Juni 2016; die Stellungnahme ist im vorliegenden Gutachten bereits berücksichtigt.

Zusammenfassung

Generell gilt, dass im Fall einer Erst-Akkreditierung, also vor Aufnahme des Studienbetriebs bzw. zum Beginn des Studienbetriebs, der Studiengang so zu bewerten ist wie ein laufender Studiengang.

Der Bachelor-Studiengang Internationales Marketingmanagement (B.A.) der SRH Hochschule Berlin, Standort Dresden, erfüllt mit wenigen Ausnahmen die FIBAA-Anforderungen für Bachelor-Studiengänge und kann von der Foundation for International Business Administration Accreditation (FIBAA) für einen Zeitraum von fünf Jahren vom Wintersemester 2016/17 bis Ende Sommersemester 2021 akkreditiert werden Er entspricht mit wenigen Ausnahmen den European Standards and Guidelines, dem Europäischen Qualifikationsrahmen und ist Bologna-konform.

Handlungsbedarf sehen die Gutachter bei der Regelung des Zulassungsverfahrens, der Prüfungsordnung, der (notenfreien) Vergabe von ECTS-Punkten, der Internationalität sowie bei der Evaluation durch das Lehrpersonal.

Daher empfehlen sie, die Akkreditierung mit folgenden Auflagen zu verbinden:

Auflage 1:

Die Hochschule legt rechtskräftige und rechtsgeprüfte Studien- und Prüfungsordnungen für den Studiengang vor (siehe Kapitel 3).

Auflage 2

Die Hochschule legt den Nachweis für die erfolgte Berufung für die Professur für Marketing einschließlich des CV´s vor

Auflage 3:

Die Hochschule entwickelt ein Evaluierungsverfahren für das Lehrpersonal, das systematisch auch die jeweiligen individuellen (Selbst-) Einschätzungen und Bewertungen enthält oder verdeutlicht. (siehe Kapitel 5).

Die Erfüllung der Auflagen ist bis zum 15. April 2017 nachzuweisen.

Die Gutachter sehen darüber hinaus Weiterentwicklungspotenzial für den Studiengang zu folgendem Aspekt:

- Ergänzung der Studienganges-Prüfungsordnung um die inhaltliche Zielsetzung des Studienganges (siehe Kapitel 1.1).

Die ggf. getroffenen Maßnahmen der Hochschule zur Umsetzung der Empfehlung werden im Rahmen einer allfälligen Re-Akkreditierung betrachtet.

Des Weiteren gibt es eine Reihe von Kriterien, welche die Qualitätsanforderungen übertreffen:

- Betreuung der Studierenden (siehe Kapitel 4.1)
- Ablauforganisation und Verwaltungsunterstützung (siehe Kapitel 4.2.2)

Zur Gesamtbewertung siehe das Qualitätsprofil am Ende des Gutachtens.

Informationen

Informationen zur Institution
Die SRH Hochschule Berlin wurde 2002 als OTA Hochschule gegründet und am 01.Oktober 2002 durch die Berliner Senatsverwaltung für Bildung, Wissenschaft und Forschung zuletzt bis zum Jahr 2020 staatlich anerkannt. Der Wissenschaftsrat hat im 9. Juli 2009 die Hochschule für fünf Jahre und 2015 für weitere 5 Jahre ohne Auflagen institutionell akkreditiert.

Die Hochschule ist Teil des überregionalen Netzwerks privater Hochschulen der SRH, dem neben der SRH Hochschule Berlin die folgenden Hochschulen angehören:

- SRH Hochschule Heidelberg, gegründet 1969
- SRH FernHochschule Riedlingen, gegründet 1996
- SRH Hochschule Calw, gegründet 2001
- SRH Fachhochschule Hamm, gegründet 2005
- SRH Fachhochschule für Gesundheit Gera, gegründet 2006
- SRH design akademie berlin – SRH Hochschule für Kommunikation und Design, gegründet 2006, seit 2014 der SRH zugehörig
- SRH Hochschule der populären Künste Berlin, gegründet 2009, seit 2014 der SRH zugehörig

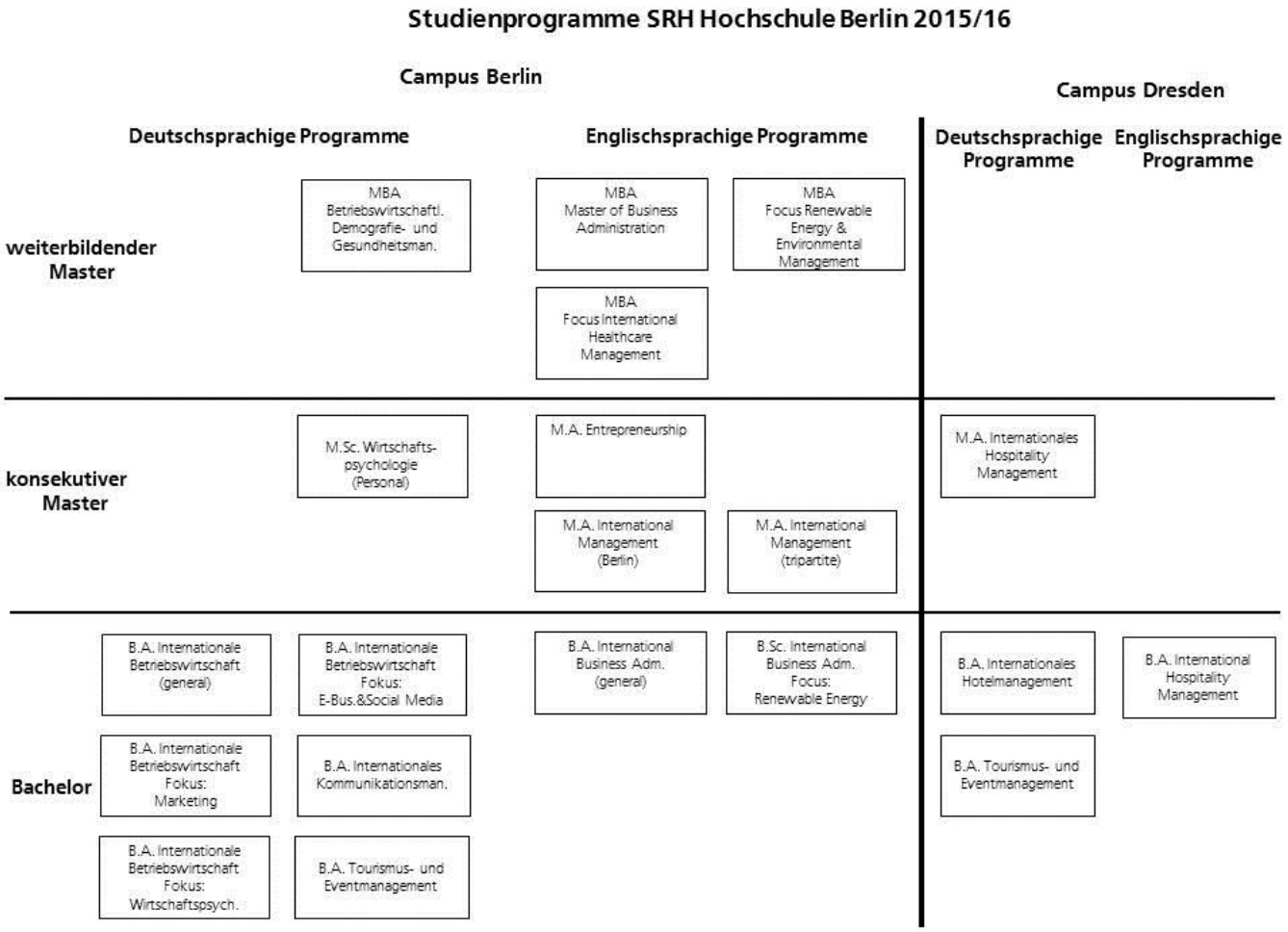
Sämtliche SRH Hochschulen sind – so die Hochschule – staatlich anerkannt und vom Wissenschaftsrat institutionell akkreditiert bzw. befinden sich in Akkreditierung. Die SRH Hochschulen, die einem gemeinsamen Leitbild mit eigenständigem akademischem Profil folgen, betreuen derzeit über 8.500 Studierende in rund 70 Studiengängen.

Die Trägergesellschaft der Hochschule, deren einzige Gesellschafterin die SRH Holding, Heidelberg ist, hat als eingetragene GmbH den Status einer eigenständigen juristischen Person, die ihre Rechtsgeschäfte selbstständig tätigt. Sie ist damit im Rahmen der geltenden Gesetze sowie des Gesellschaftsvertrags rechtlich unabhängig. Sie finanziert sich ausschließlich aus Studiengebühren, Spenden sowie Drittmitteln.

Die Trägergesellschaft ist als gemeinnützig anerkannt. Überschüsse werden nach eigener Darstellung ausschließlich für Investitionen in Qualitätsverbesserungen und in weiteres Wachstum der Hochschule verwandt.

Zum Wintersemester 2012/13 eröffnete die Hochschule einen externen Campus in Dresden auf dem Gelände der dortigen SRH Hotel-Akademie. Zum Wintersemester 2015/16 sind zwei FIBAA-akkreditierte Studiengänge mit insgesamt 117 Studierenden von der BEST-Sabel-Hochschule Berlin, die zum 30.09.2015 ihren Hochschulbetrieb eingestellt hat, in die SRH Hochschule Berlin überführt worden.

Das aktuelle Studienangebot der SRH-Hochschule Berlin und Dresden ergibt sich aus der folgenden Übersicht:



Die Hochschule legt bei ihren Studiengängen nach eigener Darstellung den Fokus auf die Wirtschaftswissenschaften mit dem Schwerpunkt auf internationales Management. Die Programme werden in englischer oder deutscher Sprache angeboten. Zum Start des Wintersemesters 2015/16 sind insgesamt 1015 Studierende (inkl. Erasmusstudierende) an der Hochschule immatrikuliert.

Darstellung und Bewertung im Einzelnen

1. Zielsetzung

1.1 Zielsetzung des Studienganges (Asterisk-Kriterium)

Ziel des Studienganges ist es, Bewerber mit Hochschulreife für eine berufliche Karriere im internationalen Marketingmanagement vorzubereiten. Es sollen – so die Hochschule – primär Abiturienten angesprochen werden, die sich durch ein Bachelor-Studium für eine internationale und abwechslungsreiche Tätigkeit im Marketingmanagement qualifizieren wollen.

Im Studiengang sollen nach eigener Darstellung die folgenden Qualifikationen und Kompetenzen der Studierenden entwickelt werden

- generalistische, betriebs- und volkswirtschaftliche Fachkenntnisse und Zusammenhänge sowie Managementmethoden als Grundlage für erfolgreiches Führungshandeln
- ergänzendes fachspezifisches Wissen, das im wissenschaftlichen Kontext erarbeitet wird
- Schlüsselqualifikationen sowie kommunikative und soziale Kompetenzen, die für eine erfolgreiche Berufsausübung insbesondere im Dienstleistungssektor erforderlich sind.

Durch das angestrebte Profil mit einem hohem Praxisbezug und -einblick wird außerdem angestrebt, die Absolventen zu befähigen, theoretisches Fachwissen erfolgreich in die Praxis zu transferieren, erste berufliche Kompetenzen zu erlangen und damit ihre Akzeptanz auf dem Arbeitsmarkt (Stichwort Employability) zu sichern.

Der Studiengang kombiniert – so die Hochschule – eine solide wirtschaftswissenschaftliche Grundqualifikation mit dem erforderlichen spezifischen (Marketing-)Fachwissen, sowie Methoden und Praxiserfahrungen. Er gibt den Studierenden die Möglichkeit im späteren Verlauf inhaltliche Fokussierungen zu setzen.

Nach der Studienordnung schließen die erworbenen überfachlichen Qualifikationen, kognitive und soziale Fähigkeiten ein. Die kognitiven Fähigkeiten zielen besonders darauf ab, Probleme zu erkennen und in Zusammenhänge einzuordnen sowie analytisch und kritisch zu denken. Zu den sozialen Fähigkeiten gehören die Kommunikationsfähigkeit, insbesondere die Diskussions-, Kooperations- und Führungsfähigkeit, sowie die Fähigkeit zum solidarischen Handeln in gesellschaftlicher Verantwortung.

Durch zwei integrierte Praktika in international agierenden Unternehmen sollen die Studierenden Erfahrungen und Referenzen in ihrem Berufsfeld sammeln.

Bewertung:

Die Zielsetzung des Studienganges wird mit Bezug auf das angestrebte Berufsfeld insgesamt stimmig dargelegt. Allerdings regen die Gutachter an, schon an dieser Stelle die angestrebte Internationalität stärker zu verdeutlichen. Außerdem sollte aus Sicht der Gutachter die Ausrichtung des grundständigen Studienganges auf das Marketingmanagement deutlicher herausgearbeitet werden. Aufgrund der praxisorientierten und internationalen (vgl. folgendes Kapitel) Ausrichtung ist die Zielsetzung des Studienganges nachvollziehbar und überzeugend auch auf die Berufsbefähigung der Studierenden im internationalen Marketingmanagement ausgerichtet.

Die Zielsetzung des Studienganges orientiert sich überdies an wissenschaftsadäquaten fachlichen und überfachlichen Zielen, die mit dem angestrebten Bachelor-Abschlussniveau korrelieren. Sie trägt den Erfordernissen des nationalen Qualifikationsrahmens Rechnung und ist verständlich, allerdings nur zum Teil konsistent dargestellt. Die Befähigung zum gesellschaftlichen Engagement und zur Persönlichkeitsentwicklung wird durch die Zielsetzung im angemessenen Umfang angestrebt.

Die Prüfungs- und Studienordnungen enthalten keine Aussagen zu den fachspezifischen Zielsetzungen des Studienganges, sodass über die Selbstdokumentation hinaus die spezifischen Ziele für Dritte nur teilweise transparent werden. Die Gutachter empfehlen insoweit die Ordnungen zu überarbeiten.

		Exzellent	Qualitätsanforderung übertroffen	Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
1.1*	Zielsetzung des Studienganges (Asterisk-Kriterium)			x		

1.2 Internationale Ausrichtung der Studiengangskonzeption (Asterisk-Kriterium)

Bei den Lehrinhalten soll Internationalität durch die Diskussion internationaler Aspekte in den Fachdisziplinen – so die Hochschule, wo immer möglich und sinnvoll – erreicht werden; dies gilt für die Module in Betriebs- und Volkswirtschaft, aber auch die Module der Vertiefungsfächer. Der Internationalisierung wird auch bei der Persönlichkeitsentwicklung durch die Sensibilisierung auf andere Kulturen und Verhaltensmuster in eigenen Modulveranstaltungen von der Hochschule ein hoher Stellenwert eingeräumt.

Die beiden in das Curriculum integrierten vier- und sechsmonatigen Pflichtpraktika in international agierenden Unternehmen, von denen zumindest eines im Ausland zu absolvieren ist, sollen dazu beitragen, dass die Chancen der Studierenden auf einen beruflichen Einstieg durch Praxisphasen und internationale Stationen in ihrer Vita erhöht und ihre interkulturellen (Fach-) Kompetenzen sowie Sprachkenntnisse in besonderem Maße gestärkt werden können.

Im Studiengang sind Professoren und Dozenten tätig, die in der Regel Auslandserfahrungen auf ihren Gebieten mitbringen. Die Literaturempfehlungen in den einzelnen Modulen greifen (teilweise) englischsprachige Literatur und wissenschaftliche Veröffentlichungen in den jeweiligen Fachgebieten auf. Die Hochschule lädt regelmäßig auch internationale Gastdozenten ein, die ihr Erfahrungswissen den Studierenden vermitteln. Hierzu gehört auch der zunehmend praktizierte Dozentenaustausch mit ausländischen Hochschulen.

Die Hochschule selbst sieht sich selbst international ausgerichtet und verweist auf ihren im bundesweiten Vergleich mit 30,3% höchsten Anteil an Studierenden mit ausländischer Staatsangehörigkeit, sodass zu erwarten ist, dass auch in diesem Studiengang ein hoher Anteil ausländischer Studierender und auch insofern „Internationalität“ zu erwarten ist.

Bewertung:

Die Studiengangskonzeption ist darauf angelegt internationale Aspekte und Dimensionen des Faches auch im Hinblick auf die Employability angemessen zu berücksichtigen. Überdies hat die Hochschule im Laufe des Akkreditierungsverfahrens durch Überarbeitung der relevanten

Modulinhalte entsprechende Hinweise der Gutachter zur Internationalität des Studienganges bereits umgesetzt.

		Exzellent	Qualitätsanforderung übertroffen	Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
1.2*	Internationale Ausrichtung der Studiengangskonzeption (Asterisk-Kriterium)			x		

1.3 Positionierung des Studienganges

Ausgehend von den vielfältigen Berufsperspektiven im internationalen Marketingmanagement und dem Ziel, bei den Studierenden die Begeisterung für marketingrelevante Inhalte zu stärken, hat die Hochschule den Studiengang mit einem hohen Praxisanteil konzipiert. Damit will sie den Studierenden die Möglichkeit bieten, sich in mehreren Praxisphasen auszuprobieren und festzustellen, in welchen Bereichen sie ihren beruflichen Schwerpunkt setzen wollen. Insbesondere das letzte Berufseinstiegssemester spielt dabei – so die Hochschule – eine elementare Rolle. Insofern unterscheidet sich der Studiengang deutlich von existierenden Angeboten anderer Hochschulen.

Im Rahmen ihrer Wettbewerbsanalyse hat die Hochschule 16 vergleichbare Angebote identifiziert, ihre Mehrheit schließt nach 6 Semestern ab und enthält damit keinen – oder nur einen schwach ausgeprägten – Praxisanteil.

Die Absolventen des Studienganges sollen nach eigener Darstellung insbesondere dazu befähigt werden, komplexe betriebswirtschaftliche Problemstellungen in der Praxis selbstständig, professionell und effizient zu bearbeiten sowie Teams und Projekte managen zu können. Dabei sind die Absolventen perspektivisch durch ihr betriebswirtschaftliches und fachspezifisches Wissen in der Lage, Führungsverantwortung zu übernehmen.

Damit können sie bei national und international agierenden Unternehmen – unabhängig von deren Branchenzugehörigkeit und der Unternehmensgröße – eingesetzt werden und die jeweiligen Marketingaktivitäten begleiten. Dabei sind regional keine Grenzen gesetzt. Positionen ergeben sich für die Absolventen weltweit, insbesondere, wenn sie schon Auslandskompetenzen im Studium erworben haben und verhandlungssichere Englischkenntnisse besitzen.

Aufgrund der Kombination von breitem wirtschaftswissenschaftlichen Grundlagenkenntnissen und fachspezifischen Marketing-Know-how, die die Studierenden bereits in den Praxisphasen anwenden, sind die Absolventen – so die Hochschule – gefragte Arbeitnehmer. Potenzielle Arbeitgeber können hierbei sowohl international agierende Großunternehmen mit ausgeprägten Konzernstrukturen, aber auch Kleine und Mittelständische Unternehmen (KMU), insbesondere auch Familienunternehmen mit internationaler Geschäftsausrichtung, sein.

Leitbild und Profil der Hochschule zielen darauf ab, ihre Studierenden für Aufgaben im (nationalen und internationalen) Management in Unternehmen auszubilden. Die Absolventen sollen sich durch Eigeninitiative und Eigenverantwortlichkeit auszeichnen. Entsprechend sind die Inhalte ihrer Studienangebote sowohl international als auch praxisorientiert ausgerichtet. Darüber hinaus hat die Hochschule sich zum Ziel gesetzt, die Studierenden zu Persönlichkeiten (mit fachlicher, personaler sowie interkultureller Kompetenz und orientiert an ethischen und sozialen Werten) heranzubilden.

Bewertung:

Die Hochschule stellt nachvollziehbar dar, wie sie den Studiengang im Einzelnen positioniert.

Dabei hat sie auch die Studienangebote der Mitbewerber im deutschen Markt in ihre Überlegungen einbezogen und insgesamt die gewählte Positionierung im Bildungsmarkt nachvollziehbar begründet.

Die angestrebten Qualifikations- und Kompetenzziele sowie das künftige Tätigkeitsfeld der Absolventen sind aus Sicht der Gutachter hinreichend plausibel dargelegt. Die hohe Praxisorientierung und die intensiven Internationalisierungsbemühungen sind sowohl für die Employability als auch das Profil der Hochschule kennzeichnend. Die Studiengangskonzeption entspricht dem Leitbild und der strategischen Planung der Hochschule.

		Exzellent	Qualitätsanforderung übertroffen	Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
1.3	Positionierung des Studienganges					
1.3.1	Positionierung des Studienganges im Bildungsmarkt			X		
1.3.2	Positionierung des Studienganges im Arbeitsmarkt für Absolventen („Employability“)			X		
1.3.3	Positionierung des Studienganges im strategischen Konzept der Hochschule			X		

2. Zulassung

Die Grundsätze für Auswahl und Zulassung der Studierenden sind in der Studienordnung sowie in der Zulassungsordnung definiert, stehen auf Anfrage jedem Interessenten zur Verfügung und sind überdies auf der Website der Hochschule veröffentlicht. Als Zulassungsbedingung wird mindestens die Fachhochschulreife vorausgesetzt. Beruflich Qualifizierten wird der Hochschulzugang nach Maßgabe des § 11 des Berliner Hochschulgesetzes(BerlHSG) eröffnet. Darüber hinaus ist jeweils ein Auswahlverfahren erfolgreich zu absolvieren.

Ausländische und staatenlose Studienbewerber können zugelassen werden, wenn insbesondere der Bildungsnachweis ein Bachelor-Studium im Herkunftsland ermöglicht sowie wenn der Bildungsabschluss für den Hochschulzugang gemäß der Datenbank „Anerkennung und Bewertung ausländischer Bildungsnachweise" (anabin) die Zulassung ermöglicht, das Auswahlverfahren erfolgreich absolviert wurde und ausreichende Deutschkenntnisse mindestens auf der Stufe Test-DaF4 oder DSH 2 oder gleichwertige Zertifikate nachgewiesen werden können.

Da in allen deutschsprachigen Modulen des Studienganges nach eigener Aussage Teile der Seminare und Vorlesungen in englischer Sprache abgehalten werden können, wird vorausgesetzt, dass die Teilnehmer Englisch auf B1 Niveau beherrschen. Der Nachweis erfolgt in der Regel mit der Vorlage der Allgemeinen Hochschulreife.

Studieninteressierte werden durch Office und Studiengangsleitung beraten. Das Office informiert (werktags von 07:30 bis 18:00, telefonisch oder persönlich) über die Zulassungsbedingungen und Visafragen. sowie auch hinsichtlich der Wohnungssuche und Studienfinanzierung. Eignungsfragen oder sonstige akademische Fragen werden vom Studiengangsleiter bearbeitet. Schriftliche Anfragen werden innerhalb von 2 Werktagen beantwortet.

Das Auswahlverfahren wird vom Prüfungsausschuss (des Studienganges) durchgeführt; er ist insoweit als Auswahlkommission tätig.

Das konkrete Auswahlverfahren bei Erfüllung der allgemeinen Zulassungsbedingungen besteht aus einem persönlichen Auswahlinterview zur Feststellung der Studienmotivation, des fachlichen Interesses, der sozialen und interkulturellen Kompetenzen und des gesellschaftlichen Engagements sowie aus einem schriftlichen und normorientierten Kompetenztest zur Prüfung der Studierfähigkeit. Der Test misst die Kompetenzen in den Bereichen schlussfolgerndes mathematisches Denken, Allgemeinwissen sowie Englisch und Deutsch für Bewerber in den deutschsprachigen Studiengängen. Das persönliche Auswahlinterview und das Gesamtergebnis der Tests werden jeweils prozentual bewertet und daraus gleichgewichtig (jeweils 50%) ein prozentuales Gesamtergebnis des Auswahlverfahrens ermittelt. Für eine positive Zulassungsentscheidung müssen im Auswahlinterview und Kompetenztest mindestens 50% und in den Bereichen des Kompetenztests jeweils mindestens 20% erreicht werden.

Übersteigt die Anzahl der geeigneten Studienbewerber die Anzahl der zur Verfügung stehenden Studienplätze in einer Kohorte, so kann der Studiengangsleiter in Abstimmung mit dem Präsidium der Hochschule eine weitere Kohorte eröffnen.

Der Nachteilsausgleich in der Zulassungsordnung sieht vor, dass Bewerber, die glaubhaft nachweisen können, dass es ihnen wegen länger andauernder oder ständiger körperlicher Behinderung nicht möglich ist, das Auswahlverfahren ganz oder teilweise in der vorgesehenen Form zu absolvieren, das Auswahlverfahren in einer anderen gleichwertigen Form absolvieren können. Dazu kann die Vorlage eines ärztlichen Attestes verlangt werden. Die Entscheidung hierzu trifft der Studiengangsleiter.

Die Zulassungsentscheidung basiert zunächst formal auf dem Vorliegen der Zulassungsvoraussetzung und den Ergebnissen des Auswahlverfahrens. Die Bewerber erhalten zeitnah ein Feedback zum Ergebnis des Auswahlverfahrens. Das bedeutet, dass nach dem Vorliegen der Zulassungsentscheidung oder -ablehnung die Bewerber innerhalb von maximal drei Tagen vom Studienbüro benachrichtigt werden. Im Falle einer Zulassungsentscheidung wird den Bewerbern ein schriftliches Vertragsangebot unterbreitet. Für Rückfragen stehen sowohl der Studiengangsleiter als auch das Studienbüro jederzeit zur Verfügung. Die Ergebnisse werden schriftlich auf einem Bewerberbogen festgehalten.

Bewertung:

Die Zulassungsbedingungen sind definiert und nachvollziehbar; sie entsprechen den nationalen Vorgaben.

Studieninteressierte werden in Fragen zur persönlichen Eignung, zu Beschäftigungsperspektiven u. ä. durch die eingerichtete Studienberatung unterstützt. Der Dialog zwischen Studieninteressierten und Studienberatung wird über Sprechstunden, Telefon und E-Mail angeboten.

Das Auswahlverfahren ist nachvollziehbar darauf angelegt, die Eignung und Motivation der Studienbewerber zu überprüfen. Die Zulassungsentscheidung basiert auf Kriterien, die transparent und nachvollziehbar sind. Das schnelle Feedback nach dem Auswahlverfahren und die schnelle Rückmeldung der Hochschule über die Zulassungsentscheidung wird positiv bewertet.

		Exzellent	Qualitätsanforderung übertroffen	Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
2.1*	Zulassungsbedingungen (Asterisk-Kriterium)			x		
2.2	Beratung für Studieninteressierte			x		
2.3	Auswahlverfahren (falls relevant)			x		
2.4*	Berufserfahrung (Asterisk-Kriterium für weiterbildenden Master-Studiengang)					x
2.5*	Gewährleistung der Fremdsprachenkompetenz (Asterisk-Kriterium)			x		
2.6*	Transparenz und Nachvollziehbarkeit von Zulassungsverfahren und -entscheidung (Asterisk-Kriterium)			x		

3. Inhalte, Struktur und Didaktik des Studienganges

3.1 Inhalte

Die Inhalte des Studienganges ergeben sich aus der Übersicht auf der folgenden Seite. Daraus wird auch deutlich, dass der Studiengang vierdimensional aufgebaut ist:

Unter der Rubrik Wissen (= Fachwissen) werden die wirtschaftswissenschaftlichen und marketingspezifischen sowie die sich im interdisziplinären Kontext ergebenden Grundlagen und Qualifikationen vermittelt. Ziel ist es, den Studierenden sowohl einen möglichst breiten Einblick in die Grundlagen der Wirtschaftswissenschaften zu eröffnen als auch ein Fundament fachspezifischer Kenntnisse des Internationales Marketingmanagement zu schaffen.

Unter der Bezeichnung interkulturelle Skills werden Sprachen, interkulturelle Kompetenzen, Techniken der Moderation und des Konfliktmanagements sowie Verhandlungskompetenz und Rhetorik vermittelt; sie stellen wesentliche Kompetenzen für die Arbeit in international agierenden Unternehmen dar.

In der Dimension Methoden werden die wesentlichen Methoden und Techniken des wissenschaftlichen Arbeitens vermittelt, um die Studierenden zur selbstständigen wissenschaftlichen Problemlösung zu befähigen.

Die Dimension Profil und Praxis soll Profilbildung und Praxisorientierung fördern. Das fünfte Fachsemester soll die Studierenden durch konkrete Aufgabenstellungen und Mitarbeit in einem Unternehmen an das betriebswirtschaftliche Betätigungsfeld in der Berufspraxis heranführen.

Die im vierten und sechsten Studiensemester vorgesehenen Wahlpflichtmodule (1 aus jeweils 2) sollen individuelle Gestaltungsmöglichkeiten des Studiums gewährleisten.

Zur Bezeichnung des Studienganges verweist die Hochschule auf die Modulinhalte, die den Studiengang vom Marketing als reine Ausführungshandlung abgrenzen. Durch die Verwendung des Begriffs „Marketingmanagement“ soll die strategische Dimension der marktorientierten Unternehmensführung deutlich gemacht werden. Der Zusatz „Internationales“ begründet die Hochschule als Folge der durchweg internationalen Inhalte sowie das spätere Wirkungsfeld der Absolventen. Die Abschlussbezeichnung „Bachelor of Arts (B.A.)“ sieht die Hochschule als eine international gängige Bezeichnung und somit weltweit kompatibel und verständlich.

Curriculumsübersicht: Internationales Marketingmanagement (B.A.)												
Modul	**Veranstaltungsbezeichnung**	**ECTS-Punkte im Semester**							**Gesamt**	**Veranstal-tungsform**	**Prüfungs-leistungen im Zeitäquivalent von 1 h = 45 Min**	**Gewicht für Gesamt-note**
		1.	**2.**	**3.**	**4.**	**5.**	**6.**	**7.**	Kontakt-St./ Selbstst.-anteil			
Wissen												
IMM 01	Grundlagen der BWL	5							56 / 63%	Vorlesung	Klausur 2 h	3,94%
IMM 02	Marktorientierte Unternehmensführung	5							56 / 63%	Vorlesung	Klausur 2 h	3,94%
IMM 03	Markt- und Werbepsychologie	5							56 / 63%	Seminar	Referat	3,94%
IMM 04	Internationales Marketing		5						56 / 63%	Vorlesung	Klausur 2 h	3,94%
IMM 05	Grundlagen der VWL		5						56 / 63%	Vorlesung	Klausur 2 h	3,94%
IMM 06	Recht		5						56 / 63%	Vorlesung	Klausur 2 h	3,94%
IMM 07	Einführung in das Rechnungswesen		5						56 / 63%	Vorlesung	Klausur 2 h	3,94%
IMM 08	Business Intelligence			5					56 / 63%	Vorlesung	Präsentation	3,94%
IMM 09	Online-Marketing I			5					56 / 63%	Vorlesung	Klausur 2 h	3,94%
IMM 10	Marketingcontrolling			5					56 / 63%	Vorlesung	Klausur 2 h	3,94%
IMM 11	Online-Marketing II				5				56 / 63%	Seminar	PräsentationLeistungs-nachweis pass/fail]	0,0%
IMM 12	Grundlagen des Kommunikationsdesigns				5				56 / 63%	Seminar	Präsentation	3,94%
IMM 13	Human Ressource Management				5				56 / 63%	Vorlesung	Klausur 2 h	3,94%
IMM 14	Investition & Finanzierung						5		56 / 63%	Vorlesung	Klausur 2 h	3,94%
IMM 15	Internationale Wirtschaft und unternehmerische Aspekte						5		56 / 63%	Vorlesung	Klausur 2 h	3,94%
IMM 16	Verhandlungs- und Key-Account Management						5		56 / 63%	Vorlesung	Klausur 2 h	3,94%
IMM 17	Marketingkommunikation für B2C & B2B-Märkte		5						56 / 63%	Seminar	Referat	3,94%
Interkulturelle Skills												
IMM 18	Sprachen I	5							56 / 63%	Seminar	Klausur 2 h, Leistungs-nachweis pass/fail]	0,0%
IMM 19	Sprachen II		5						56 / 63%	Seminar	mündl. Prüfung,Leistungs nachweis pass/fail	0,0%
IMM 20	Sprachen III			5					56 / 63%	Seminar	mündl. Prüfung [Leistungs-nachweis pass/fail]	0,0%
IMM 21	Intercultural Competences				5				56 / 63%	Workshop	Präsentation [Leistungs-nachweis pass/fail]	0,0%
IMM 22	Moderation und Konfliktmanagement						5		56 / 63%	Workshop	Präsentation [Leistungs-nachweis pass/fail]	0,0%
IMM 23	Verhandlungsführung & Rhetorik						5		56 / 63%	Workshop	Präsentation [Leistungs-nachweis pass/fail]	0,0%
Methode												
IMM 24	Wissenschaftliches Arbeiten	5							56 / 63%	Seminar	Hausarbeit	0,0%
IMM 25	Mathematik	5							56 / 63%	Vorlesung	Klausur 2 h	3,94%
IMM 26	Quantitative und Qualitative Forschung			5					56 / 63%	Vorlesung	Klausur 2 h	3,94%
IMM 27	Angewandte Marktforschungsmethoden				5				56 / 63%	Projekt	Hausarbeit	3,94%
Profil und Praxis												
IMM 28	Marketing Projekt			5					56 / 63%	Seminar	Projektbericht	3,94%
IMM 29	Sales&Distribution (Wahlpflichtfach)				5				56 / 63%	Seminar	Klausur 2 h	3,94%
IMM 30	Public Relation und Unternehmens-kommunikation (Wahlpflichtfach)								56 / 63%			
IMM 31	Unternehmensgründung (Wahlpflichtfach)						5		56 / 63%	Projekt	Präsentation	3,94%
IMM 32	Consulting Project (Wahlpflichtfach)											
IMM 33	Praktikum im internationalen Kontext					30			9 / 99%	Block	Bericht/Leistungsnachweis pass/fail]	0,0%
IMM 34	Praktikum							13	4 / 99%	Block	Bericht/Leistungs nachweis pass/fail]	0,0%
IMM 35	Company Projekt							5	15 / 90%	Projekt	Hausarbeit	3,94%
IMM 36	Bachelorarbeit							12	7 / 98%	Kolloquium	Bachelor-Arbeit	9,45%
Credit Points pro Semester		**30**	**30**	**30**	**30**	**30**	**30**	**30**	**210**			100%
Summe Semesterstunden		312	312	312	312	9	312	26	**1.595**			
Summe Workload (WL)		900	900	900	900	900	900	900	**6.300**			
WL-Stunden pro Jahr		1.800		1.800		1.800		900				

Das erste Praxissemester soll insbesondere dazu dienen, im bisherigen Studium erworbene Kenntnisse und Fähigkeiten anzuwenden und ein differenziertes praxisorientiertes Verständnis (möglichst aus ihrem späteren Berufsfeld) auch für die Vertiefungsphase zu entwickeln. Die zweite Praxisphase im 7. Fachsemester soll konkret auf den späteren Berufseinstieg in Unternehmen vorbereiten.

Auch im Lehrkonzept nimmt die Praxisorientierung nach eigener Aussage einen hohen Stellenwert ein. Dies kommt zum Ausdruck durch die Integration von Gastreferenten und/oder Unternehmensbesuche, die in vielen Modulen integraler Bestandteil sind. Curricular haben die Studierenden im Rahmen ihrer Hausarbeiten und der Bachelor-Arbeit, die häufig in Zusammenarbeit mit Unternehmen erstellt werden, Gelegenheit, im Studium erarbeitete Lehrinhalte und Methodik auf ihre alltägliche Arbeit im Beruf anzuwenden und wissenschaftlich zu reflektieren und aufzuarbeiten.

Die vierstufige Dimensionalität des Studienganges bewirkt in jedem Semester eine enge inhaltliche Verzahnung zwischen ausgewählten Modulen aus den Bereichen Wissen, Skills, Methode sowie Profil und Praxis.

Die Sensibilisierung für ethische Implikationen des ökonomischen Denkens und Handelns und die daraus erwachsenden Herausforderungen sieht die Hochschule als ein elementares Element des Studienganges, das sich – nach eigener Einschätzung – entsprechend dem Leitbild der Hochschule durch das gesamte Spektrum der Veranstaltungen und Aktivitäten hindurch zieht. Elemente der Ethik werden in zahlreichen Modulen systematisch vermittelt. Insbesondere erfolgt dies in den Modulen Intercultural Competences und Moderation und Konfliktmanagement sowie im Modul Human Ressource Management

Die Studierenden werden an die erforderliche wissenschaftliche Arbeitsweise herangeführt. Dieses geschieht grundlegend im Rahmen der Lehrveranstaltungen Wissenschaftliches Arbeiten sowie Qualitative und Quantitative Forschung, die die Studierenden zur empirischen Datenanalyse befähigen soll. Durch Einbezug multivariater Methoden wird der Anspruch an eine wissenschaftlich fundierte Ausbildung auf hohem akademischem Niveau unterstrichen.

Über die verschiedenen Prüfungsformen (Hausarbeiten, Referate, Projektberichte) wird der Fortschritt zur Befähigung wissenschaftlichen Arbeitens erfasst und dokumentiert. In den Kursen werden anhand von Beispielen und Fallstudien komplexe praxisrelevante Sachverhalte behandelt und fächerübergreifend analysiert. Denkmethoden und Modelle der einzelnen Fachgebiete werden dabei erarbeitet und vorgestellt. Im Zuge der Erstellung der Bachelor-Arbeit wird den Studierenden ein Kolloquium angeboten, das dem nochmaligen Einüben der korrekten Anwendung wissenschaftlicher Standards dient. Im Übrigen erfolgen die Erarbeitung der Themenstellung und die Erstellung der Bachelor-Arbeit selbst in individueller und enger Abstimmung mit dem betreuenden Dozenten.

Für jedes Modul ist die Prüfungsform im Rahmencurriculum festgelegt und wird durch den entsprechenden Dozenten in Eigenverantwortung, aber in Absprache mit der Studiengangsleitung durchgeführt. Sowohl im Modulhandbuch als auch im CampusNet ist der prozentuale Anteil der einzelnen Prüfungen an der Gesamtnote für jedes Modul ausgewiesen. Die Prüfungstermine werden individuell festgelegt und liegen regelmäßig am Ende des Semesters in einem im Vorfeld kommunizierten Prüfungszeitraum.

Die jeweiligen Prüfungsformen sind auf das Modul abgestimmt und entsprechen nach Einschätzung der Hochschule den Qualifikationszielen. Durch unterschiedliche Prüfungsformen, die im Einzelnen in der Prüfungsordnung definiert sind, und eine Begrenzung der Anzahl der Prüfungen sollen die Studierenden zwar gefordert, jedoch nicht überfordert werden. Deshalb werden in zehn ausgewählten Modulen die Prüfungsleistungen nur als bestanden bzw. nicht bestanden und nicht mit Noten bewertet. Ihr Ergebnis fließt daher nicht in die Gesamtnote ein. Dadurch soll der Prüfungsdruck für die Studierenden verringert werden.

Bewertung:

Die Umsetzung der Qualifikations- und Kompetenzziele des Studienganges durch das Curriculum erfolgt in angemessener Weise. Dabei sind die Module inhaltlich ausgewogen angelegt und grundsätzlich sinnvoll miteinander verknüpft. Die Lernergebnisse, die in den Modulbeschreibungen definiert sind, werden vermittelt.

Wahlpflichtfächer sind im Studiengang im 4. und im 6. Semester mit je einer Wahlmöglichkeit vorgesehen. Angesichts der bereits vorhandenen (Marketing-) Spezialisierung des an sich

grundständigen Studienganges erscheint dies für einen zusätzlichen, auf das Studiengangsziel ausgerichteten Qualifikations- und Kompetenzerwerb nach individueller Präferenz durchaus hinreichend.

Abschluss- und Studiengangsbezeichnung entsprechen der inhaltlichen Ausrichtung des Curriculums und den Vorgaben.

Dem eigenen Anspruch der Hochschule einer hohen Praxisorientierung wird der Studiengang durch zwei Praxissemester und die gezielte und angeleitete Umsetzung theoretischer Ansätze in häufiger Zusammenarbeit mit Unternehmen gerecht.

Interdisziplinäres Denken wird im Studiengang in mehreren Modulen sowie durch den mehrdimensionalen Aufbau gefördert. Die Entwicklung der Befähigung zum wissenschaftlichen Arbeiten wird im ersten Semester durch eine eigene Veranstaltung systematisch eingeleitet und durch ein „auffrischendes“ Kolloquium zur Erstellung der Bachelor-Arbeit sinnvoll abgeschlossen.

Bei der Begutachtung konnten mehrere Prüfungsleistungen (Klausuren, Projekte, Abschlussarbeiten) aus vergleichbaren Studiengängen eingesehen werden. Anhand dieser Prüfungsleistungen sind die Gutachter der Ansicht, dass auch für den zu akkreditierenden Studiengang die Prüfungsleistungen dazu insgesamt geeignet sein werden, die jeweiligen Lernziele festzustellen. Sie entsprechen dem angestrebten Qualifikationsniveau. Es ist ein umfangreicher Katalog verschiedener Prüfungsformen im Studiengang vorgesehen, die den jeweiligen Kompetenzzielen der Module jeweils entsprechen.

Die Gutachter konnten sich, ebenfalls aufgrund Abschlussarbeiten vergleichbarer Studiengänge, davon überzeugen, dass die Studierenden insbesondere mit der Abschlussarbeit nachweisen, dass sie wissenschaftlich arbeiten können und die Qualifikations- und Kompetenzziele des Studienganges erreicht haben. Gleichwohl sollte nach Auffassung der Gutachter die Hochschule besonders darauf achten, dass die formal-wissenschaftlichen Anforderungen an Bachelor-Arbeiten jeweils auch hinreichend erfüllt sind.

		Exzellent	Qualitätsanforderung übertroffen	Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
3.1	Inhalte					
3.1.1*	Logik und konzeptionelle Geschlossenheit (Asterisk-Kriterium)			x		
3.1.2*	Begründung der Abschluss- und Studiengangsbezeichnung (Asterisk-Kriterium)			x		
3.1.3*	Integration von Theorie und Praxis (Asterisk-Kriterium)			x		
3.1.4	Interdisziplinäres Denken			x		
3.1.5	Ethische Aspekte			x		
3.1.6*	Methoden und wissenschaftliches Arbeiten (Asterisk-Kriterium)			x		
3.1.7*	Prüfungsleistungen und Abschlussarbeit (Asterisk-Kriterium)			x		

3.2 Struktur

Regelstudienzeit	3,5 Jahre, 7 Semester
Anzahl der zu erwerbenden ECTS	210 ECTS
Studentische Arbeitszeit pro ECTS	30 Stunden
Anzahl der Module des Studienganges	33 Module
Bearbeitungsdauer der Abschlussarbeit und deren Umfang in ECTS	8 Wochen und 12 ECTS
Umfang der Kontaktstunden	1.715 Stunden

Die konzipierte Modularisierung des Studienganges entspricht nach eigener Darstellung den KMK-Strukturvorgaben. Der Umfang von 5 ECTS je Modul wird in keinem Fall unterschritten. Allerdings wird nicht jedes Modul mit einer Prüfungsleistung versehen, um – so die Hochschule – die Arbeitsbelastung der Studierenden in einem angemessenen Umfang zu halten.

Die Abschlussnote wird auch nach dem ECTS-System ausgewiesen und zwar über drei Jahrgänge gemittelt. Die Absolventen erhalten ein „Diploma Supplement“ sowie umfangreiche Kursbescheinigungen in Englisch.

Für den Studiengang existiert neben der (allgemeinen) Prüfungsordnung und der (allgemeinen) Studienordnung eine auf den Studiengang selbst bezogene Studien- und Prüfungsordnung. Darin werden die verschiedenen Arten und die Durchführung von Prüfungen sowie die Wiederholungsmöglichkeiten, Sonderregelungen oder Anrechnung von vorherigen Prüfungsleistungen geregelt. Die Ordnungen werden dem Berliner Senat zur Genehmigung vorlegt und für alle Studierende auch auf der Lernplattform veröffentlicht. Zu Beginn jeden Semesters informiert der Studiengangsleiter in einer Vollversammlung über Neuigkeiten und Änderungen, die auch per E-Mail an alle Studierenden kommuniziert werden.

Alle Ordnungen enthalten einen Nachteilsausgleich für Behinderte. Die Hochschule ermöglicht bei allen Studiengängen Auslandssemester. Mit den derzeit 57 Partnerhochschulen sind entsprechende Vereinbarungen zur wechselseitigen Anerkennung der Studienleistungen abgeschlossen worden. Vor einem Auslandsaufenthalt wird für die betreffenden Studierenden ein Learning Agreement abgeschlossen. In der Prüfungsordnung ist auch die Anerkennung der an anderen Hochschulen erbrachten Prüfungsleistungen gemäß Lissabon Konvention geregelt.

Die Studierbarkeit soll nach eigener Darstellung durch die folgenden Rahmenbedingungen gewährleistet werden:

- Die Eingangsqualifikationen für den Studiengang werden im Rahmen des Zulassungsverfahrens eingehend überprüft und müssen nachgewiesen werden.
- Die Professoren, Dozenten und Mitarbeiter der Hochschule sind gleichzeitig auch jeweils Coach und Ansprechpartner für die Studierenden bei allen Fragen zum Studium und dessen Organisation.
- Die Studienziele sollen innerhalb des durch die Prüfungsordnungen gegebenen Rahmens bestmöglich erreichbar sein. Die Studierbarkeit während des Studiums wird mit Hilfe von fortlaufenden Studierendenbefragungen analysiert. Geplant sind auch Absolventenbefragungen, die als Ergebnisindikator des Gesamtprozesses betrachtet werden.

Die Hochschule fördert entsprechend § 24 ihrer Grundordnung die Geschlechtergerechtigkeit und Chancengleichheit entsprechend ihrem Leitbild und dem Allgemeinen Gleichbehandlungsgesetz (AGG). Die Gleichstellungsbeauftragte und die Integrationsbeauftragte der Hoch-

schule stellen die Umsetzung sicher und sind Ansprechpartner bei Problemen oder Beschwerden. Die Geschlechterförder- und Integrationsrichtlinien sowie die Prüfungs- und Zulassungsordnung gewährleisten darüber hinaus die Sicherstellung der Geschlechtergerechtigkeit und Chancengleichheit.

Bewertung:

Die Struktur des Studienganges orientiert sich an der Studiengangszielsetzung. Er enthält zwei aus Sicht der Gutachter sinnvolle Wahlmöglichkeiten. Sie sind in dem an sich schon relativ spezialisierten (grundständigen) Studiengang hinreichend. Das Prinzip der Modularisierung mit einer Mindestgröße von 5 ECTS-Punkten je Modul und einer das Modul umfassenden abschließenden Prüfung wird berücksichtigt.

Für die Module werden der Workload und die erreichbaren Leistungspunkte ausgewiesen. Die Kontaktstunden entsprechen den Vorgaben. Die Bearbeitungszeit der Bachelor-Arbeit entspricht insgesamt der veranschlagten Arbeitsbelastung. Studien- und Prüfungsordnungen liegen vor und beinhalten Regelungen zur Lissabon Konvention, zur Anrechnung von außerhochschulisch erworbenen Kompetenzen, zum Nachteilsausgleich im Rahmen des Studiums und zu der Vergabe einer relativen Note, die im Diploma Supplement ausgewiesen wird.

Allerdings sind diese Ordnungen noch nicht rechtskräftig, so dass die Gutachter empfehlen, folgende **Auflage** auszusprechen:

> Die Hochschule legt rechtskräftige Studien- und Prüfungsordnungen für den Studiengang vor.

Ausreichend Möglichkeiten für Zeiträume von Aufenthalten an anderen Hochschulen und in der Praxis ohne Zeitverlust sind gegeben.

Insgesamt wird die Studierbarkeit des Studienganges durch Überprüfung der Eingangsqualifikation, eine belastungsangemessene Prüfungsdichte und -organisation, einen plausibel berechneten Workload und einen umfassenden fachlichen und überfachlichen Coaching-Ansatz gewährleistet. Auch in den Gesprächen vor Ort mit den Studierenden aus anderen Studiengängen wurde die Arbeitsbelastung als angemessen bewertet. Insgesamt ist davon auszugehen, dass der Workload auch für diesen Studiengang von der Hochschule angemessen festgelegt ist.

Die Hochschule stellt die Chancengleichheit von Studentinnen und Studenten sicher und gewährleistet Diskriminierungsfreiheit. Ein Anspruch auf Nachteilsausgleich für Studierende mit Behinderung hinsichtlich zeitlicher und formaler Vorgaben im Studium sowie bei allen Prüfungen ist sichergestellt. Studierende in besonderen Lebenslagen werden gefördert.

		Exzellent	Qualitätsanforderung übertroffen	Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
3.2	Struktur					
3.2.1*	Struktureller Aufbau und Modularisierung (Asterisk-Kriterium)			x		
3.2.2*	Studien- und Prüfungsordnung (Asterisk-Kriterium)			Auflage		
3.2.3*	Studierbarkeit (Asterisk-Kriterium)			x		
3.2.4	Chancengleichheit			x		

3.3 Didaktik

Im Zentrum des didaktischen Konzepts steht die Nachhaltigkeit des erarbeiteten Wissens und der Management- und Führungskompetenzbildung. Daraus resultiert – so die Hochschule – die selbstgewählte Verpflichtung zu einem integrativen Lehransatz. Er wird gesteuert insbesondere durch semesterweise stattfindende Team-Lehre-Sitzungen. Die Details werden in Zusammenarbeit mit den studentischen Vertretern abgestimmt. Inhaltliche und methodische Abgrenzungen werden diskutiert. Der Studiengangsleiter nimmt die Ergebnisse in die Weiterentwicklung des Studienganges auf.

Durch die angestrebte intensive Beteiligung der Studierenden sollen Selbständigkeit und Initiative der Studierenden gestärkt werden. Beratung und Förderung der Studierenden erfolgt in kleinen Arbeitsgruppen (in der Regel maximal vier bis fünf Studierende), die nach Themen, Dauer und Zusammensetzung variieren. Der Wechsel der Studienformen zwischen Plenum der Studiengruppe und Arbeitsgruppen soll die Fähigkeit zur Teamarbeit stärken.

Bei der Bestimmung der Studienplatzzielzahl war insbesondere das an den Leitzielen orientierte didaktische Konzept ausschlaggebend. Zur Realisierung des Ziels einer interaktiven Lehre ist die Gruppengröße im Studiengang in der Regel auf 30 Studierende begrenzt.

Professoren, Dozenten und wissenschaftliche Mitarbeiter stehen auch außerhalb ihrer Veranstaltungen für die Förderung der Studierenden zur Verfügung. Zudem wird das Peer-Group-Learning durch die Hochschule und Professoren verfolgt und unterstützt. Die Studierenden werden innerhalb der Lehrveranstaltungen dazu animiert, im Team die Übungen und Aufgaben zu bearbeiten und zu lösen, aber auch dazu, im Zuge der Prüfungsvorbereitungen schwächere Studierende zu unterstützen.

Wissensinhalte werden im Lehrgespräch vor dem Plenum vermittelt, dabei wird auf eine möglichst interaktive und seminaristische Unterrichtsgestaltung geachtet. Das theoretisch vermittelte Wissen wird mit praktischen Beispielen und Übungen gefestigt. Dies kann sowohl während der Kontaktzeit im Unterricht als auch als Hausaufgabe sowie über eLearning-Prozesse und über das Internet geschehen.

Arbeitsgruppen erarbeiten Einzelthemen und präsentieren diese multimedial vor dem Plenum. Die Bearbeitungszeit kann sich dabei auch über mehrere Wochen eines Semesters erstrecken. Dabei wird das Wissen mit eigenen Erfahrungen angereichert, um es praktisch nutzbar zu machen. Die Betreuung der Arbeitsgruppen erfolgt virtuell oder im Rahmen des Unterrichts.

Informations- und Kommunikationstechnologien sind nach eigener Aussage integraler und wesentlicher Bestandteil des Studiums. Basis ist die IT-Infrastruktur der Hochschule in Form des WLAN, der E-Bibliothek sowie des webbasierten Lernmanagementsystems.

Für die Erstellung und Verwendung von Lehrmaterialien ist jeder Dozent selbst verantwortlich. Die Anforderungen hierfür werden auf den Team-Lehre-Sitzungen besprochen. Üblicherweise werden in den Lehrveranstaltungen Charts, Arbeitsblätter sowie Metaplanwände und Flipcharts verwendet. Die über „CampusNet“ zugänglichen Lehrmaterialien für die einzelnen Kurse können vor Beginn der Lehrveranstaltung in Form von Vortragsunterlagen und Aufgabenblättern bereitgestellt werden und stehen den Studierenden zur Vor- und Nachbereitung bzw. während der Lehrveranstaltung zur Verfügung.

Durch eine intensive Zusammenarbeit mit Unternehmen und Fachexperten soll den Studierenden ein Brückenschlag vom theoretischen Fundament zur direkten Anwendbarkeit des Erlernten in der Praxis ermöglicht werden. Die Verpflichtung von thematisch versierten Gast-

referenten für die einzelnen Module ist bei der guten Vernetzung der Dozenten in die Praxis nach eigener Aussage kein Problem.

Bei Bedarf werden Tutorien. (z.T. in Form des Peer Teaching) angeboten. Sehr gute Studierende bieten in ihrem Jahrgang oder für die unteren Jahrgänge Tutorien an, in denen Aufgaben erklärt und zum Üben bearbeitet werden.

Bewertung:

Die von der Hochschule beschriebene Didaktik des Studienganges setzt auf seminaristische Veranstaltungen, Gruppenarbeiten und auf interaktive sowie praxisorientierte Lernmethoden. Sie ist logisch und nachvollziehbar. Das didaktische Konzept sieht die Verwendung vielfältiger, insbesondere auch multimedialer Methoden vor und ist auf das Studiengangsziel hin ausgerichtet.

Die auf die Learning Outcomes ausgerichteten begleitenden Lehrveranstaltungsmaterialien entsprechen Bachelor-Niveau, sind zeitgemäß und stehen den Studierenden online zur Verfügung.

Der Einsatz von Gastreferenten ist im Studiengang systematisch vorgesehen. Sie sind Bestandteil des Brückenschlags zwischen dem Erlernten und der Praxis und fördern dadurch die Qualifikations- und Kompetenzentwicklung der Studierenden. Die im Studiengang vorgesehen Tutorien sind sinnvoll und ausreichend.

		Exzellent	Qualitätsanforderung übertroffen	Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
3.3	Didaktik					
3.3.1*	Logik und Nachvollziehbarkeit des didaktischen Konzeptes (Asterisk-Kriterium)			x		
3.3.2*	Begleitende Studienmaterialien (Asterisk-Kriterium)			x		
3.3.3	Gastreferenten			x		
3.3.4	Tutorien im Lehrbetrieb			x		

3.4 Internationalität

Die internationale Ausrichtung des Studienganges soll durch die Ausrichtung der Inhalte auf ein internationales Marketing-Management umgesetzt werden. Dazu gehört neben der inhaltlichen Ausrichtung inklusive der Auslandspraktika die Förderung der interkulturellen Sensibilität und des Sprachenerwerbs als Elemente der Persönlichkeitsbildung.

Im englischsprachige Modul „Intercultural Competences“ wird nach eigener Einschätzung die Orientierungsabsicht auf einen weltweiten Einsatz besonders deutlich: Die Studierenden werden für die Einflüsse und die Auswirkungen interkultureller Zusammenhänge auf das internationale Management sensibilisiert und mit den Gepflogenheiten und Begrifflichkeiten im internationalen Geschäftsverkehr vertraut gemacht.

Insbesondere durch die Module Consulting Project sowie Verhandlungskompetenz und Rhetorik sollen die Studierenden befähigt werden, in unterschiedlichen internationalen Kontexten zu verhandeln und Projekte durchzuführen. Die Studierenden erwerben im Rahmen dieser Module die Befähigung, komplexe Projekte unter Berücksichtigung eines interkulturellen und damit komplexen gesellschaftlichen Umfeldes zu managen. Die in den Modulen vorgesehene

internationale Literaturauswahl (englischsprachige Journals, Monographien und Lehrbücher und Case Studies) wird von der Hochschule ebenfalls zu der im Studiengang verankerten Internationalität und Interkulturalität gerechnet.

Mit einem Anteil von Studierenden aus dem Ausland von 30,3 % verfügt die Hochschule nach Angabe des DAAD im bundesweiten Vergleich über den höchsten Anteil an Studierenden mit ausländischer Staatsangehörigkeit. Die Hochschule sieht diesen hohen Anteil insbesondere in ihrer Öffnung für ausländische Studierende durch englischsprachige Studiengänge, aber auch durch die Zweisprachigkeit der Verwaltungsmitarbeiter und aller Dokumente sowie der Homepage begründet. Um eine internationale Zusammensetzung auch für diesen Studiengang zu erreichen, wird nach eigener Aussage eng mit Partnerhochschulen im Ausland zusammengearbeitet; das aktive Marketing ist länderspezifisch ausgerichtet.

Schließlich ist die Hochschule bemüht, ihren Studierenden möglichst viele internationale und interkulturelle Erfahrungen zu vermitteln. Dies geschieht neben den Auslandssemestern durch internationale Praktika, Summer Schools oder Sprachveranstaltungen im Ausland. Studierenden wird bereits vor Studienbeginn ein Vorschlag für den Austausch während des Studiums unterbreitet, so dass sie für den Austausch ausreichend sensibilisiert sind. Durch interkulturelle Trainings während des Studiums, interkulturelle Veranstaltungen und Info-Abende einschließlich Berichten ehemaliger Erasmus-Studierender sowie durch Vorträge der Partnerhochschulen in Berlin werden die Studierenden auf den Auslandsaufenthalt vorbereitet und dafür motiviert. Alle genannten Veranstaltungsformen werden entweder in englischer oder in deutscher und englischer Sprache durchgeführt, da ausländische Studierende daran teilnehmen.

Im Berufungsverfahren und bei der Auswahl von Lehrenden haben entsprechend den Internationalisierungszielen internationale Erfahrungen, sehr gute englische Sprachkenntnisse und interkulturelle Offenheit einen hohen Stellenwert. 4 von 20 Professoren der Hochschule wurden im Ausland geboren und 18 der eingesetzten Lehrenden sind keine deutschen Staatsbürger. Seit 2011 haben 46 Auslandsaufenthalte von Professoren, wissenschaftlichen Mitarbeitern und Verwaltungsangestellten der Hochschule an Partner-Universitäten stattgefunden.

Geplant ist, einen virtuellen Austausch mit Dozenten aus Partnerhochschulen durchzuführen, d.h. die Dozenten werden aus dem Ausland live zugeschaltet, so dass die Studierenden in Berlin daran teilnehmen können.

Im Rahmen des Curriculums sind drei Sprachmodule vorgesehen. Zudem kann dieses Sprachangebot bei Bedarf hochschulintern und -extern erweitert werden, sodass die Studierenden ihre Sprachkenntnisse auch in aus deutscher Perspektive selteneren Sprachen nach individuellen Vorlieben vertiefen können.

Englischsprachiger Unterricht soll außer in den Sprachmodulen im Modul Intercultural Competences angeboten werden.

Bewertung:

Der Studiengang ist schon durch die Programmbezeichnung explizit auf internationale Tätigkeiten ausgerichtet. Jedoch lassen, wie eine Durchsicht der Modulbeschreibungen im Einzelnen ergibt, dies die Beschreibungen der fachlichen Inhalte des Curriculums mit Ausnahme des Moduls Internationales Marketingmanagement nicht in hinreichendem Maße erkennen.

In ihrer Stellungnahme zum Bericht hat die Hochschule diese Argumentation aufgenommen, auf ihre mittlerweile erfolgten Nachbesserungen verwiesen und sie im Einzelnen dargelegt, sodass auf die ursprünglich vorgesehene Auflage verzichtet werden kann.

Die Hochschule ist bestrebt, durch eine Reihe zielorientierter Maßnahmen eine internationale Zusammensetzung der Studierendenkohorte zu erreichen, die der Studiengangskonzeption entspricht. Angesichts der insgesamt internationalen Ausrichtung der Hochschule kann nach dem Eindruck der Gutachter diese Zielsetzung erreicht werden.

Die internationale Zusammensetzung bzw. Erfahrung der Dozierenden entspricht den Anforderungen des Studienganges und fördert die Employability der Absolventen.

Ein Fremdsprachenanteil ist im Studiengang nur in sehr geringem Maße, d.h. in vier Modulen, davon in drei Sprachunterrichtsmodulen, vorgesehen. Da der Studiengang aber für den internationalen Arbeitsmarkt befähigen soll, sind fundierte Englischkenntnisse unerlässlich, um auf dem internationalen Arbeitsmarkt erfolgreich zu sein. Sie dürften von der Praxis in diesem Studiengang als selbstverständlich vorausgesetzt werden. Die Gutachter empfehlen daher, den Anteil der fachspezifischen englischsprachigen Lehrveranstaltungen im Curriculum weiter zu erhöhen.

		Exzellent	Qualitätsanforderung übertroffen	Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
3.4	Internationalität					
3.4.1*	Internationale und interkulturelle Inhalte (Asterisk-Kriterium)			x		
3.4.2	Internationalität der Studierenden			x		
3.4.3	Internationalität der Lehrenden			x		
3.4.4	Fremdsprachenanteil			x		

3.5 Überfachliche Qualifikationen und Kompetenzen (Asterisk-Kriterium)

Durch die regelmäßige Einbindung der Studierenden in Gruppenarbeiten wird nach eigener Darstellung insbesondere die Teamfähigkeit als notwendige Voraussetzung für eine spätere Employability am Arbeitsmarkt trainiert. Zudem werden die Studierenden in den Persönlichkeitsmerkmalen Selbstdisziplin und -organisation kontinuierlich gefordert.

Curricular werden überfachliche Qualifikationen und Kompetenzen insbesondere in den Modulen Intercultural Competences, Moderation und Konfliktmanagement sowie Verhandlungsführung und Rhetorik behandelt. Dabei werden jeweils sowohl theoretische Grundlagen (z.B. Kommunikationspsychologie, Ursachen sozialer Konflikte) vermittelt als auch konkrete (Verhaltens-) Techniken (Moderationstechniken, Einsatz konkreter Konfliktmanagementstrategien) eingeübt.

Bewertung:

Die Studierenden erwerben im Laufe des Studienganges ergebnisorientiert Kompetenzen wie Kommunikationsfähigkeit, Rhetorik sowie Kooperations- und Konfliktfähigkeit. Dies geschieht zum einen durch geeignete didaktische und methodische Maßnahmen entsprechend den Modulbeschreibungen. Die Hochschule ist darüber hinaus bemüht, durch ihren didaktischen Ansatz die Entwicklung dieser Kompetenzen permanent zu fördern. Gleiches gilt für die überfachlichen Qualifikationen und Kompetenzen wie z.B. führungsrelevante Kompetenzen.

		Exzellent	Qualitätsan-forderung übertroffen	Qualitätsan-forderung erfüllt	Qualitätsan-forderung nicht erfüllt	Nicht rele-vant
3.5*	Überfachliche Qualifikationen und Kompetenzen (Asterisk-Kriterium)			x		

3.6 Berufsqualifizierende Kompetenzen / Employability (Asterisk-Kriterium)

Die mit dem Studiengang angestrebten Lernziele, insbesondere die Kompetenzziele sollen durch die Kombination der curricularen Kategorien und die konkreten Kompetenzen erreicht werden. Der Erwerb von Handlungsfähigkeit der Studierenden soll durch die spezielle Kombination aus Wissen, Methoden und Praxis befördert werden. Die Hochschule sieht Wissenserwerb und Methodenkompetenz als Voraussetzung, um Handlungsfähigkeit in der Praxis zu erlangen. Die in das Studium integrierten Praxisbestandteile haben zum Ziel, die Studierenden zur Erfassung komplexer Zusammenhänge und zur Lösung von praxisrelevanten Problemen zu befähigen.

Als Gesamtkonzept bereitet – so die Hochschule – das Curriculum auch auf die Übernahme von späterer Personal- und Führungsverantwortung vor. Die Absolventen sind in der Lage, das Management in allen Funktionsbereichen eines Unternehmens zu unterstützen und nach entsprechender Einarbeitung selbst Führungsaufgaben in Wirtschaft und Verwaltung zu übernehmen. Alternativ kommt auch die Aufnahme einer unternehmerischen oder freiberuflichen Tätigkeit infrage.

Die Absolventen sind verantwortungsbewusste, eigenständige und teamfähige Persönlichkeiten. Sie sind in der Lage, komplexe Problemstellungen selbstständig, professionell und effizient zu bearbeiten und im Rahmen von Teams und Projekten zu managen. Das erworbene Fachwissen wird angewendet und für Problemlösungen eingesetzt. Relevante Informationen und Daten werden recherchiert, interpretiert und für Entscheidungsfindungen herangezogen. Informationen, Ideen, Probleme und Lösungen werden kommuniziert. Das methodische Wissen wird im Sinne des lebenslangen Lernens eingesetzt. Die dargestellten Ziele und das angestrebte Qualifizierungsniveau der Studierenden werden durch den Aufbau des Curriculums wesentlich bestimmt.

Bewertung:

Das Curriculum des Studienganges ist auf das Qualifikationsziel und auf einen berufsqualifizierenden Abschluss mit klarem inhaltlichem Profil ausgelegt. Die Berufsbefähigung zieht sich durch die gezielte Einbindung sozialer Kompetenzen sowie durch einen auf das Berufsbild ausgerichteten Kompetenzerwerb in fachlicher und methodischer Hinsicht als „roter Faden“ erkennbar durch das Studium. Die Berufsbefähigung der künftigen Absolventen kann der Studiengangszielsetzung und den definierten Learning Outcomes entsprechend erreicht werden.

Die Förderung der Berufsbefähigung insbesondere durch die Integration von Theorie und Praxis sowie durch die Förderung von überfachlichen Qualifikationen und Kompetenzen, ist ein gut erkennbares Merkmal des Studienganges und Bestandteil fast aller Module. Die Erreichung der Berufsbefähigung der Absolventen gemäß der Studiengangszielsetzung und den definierten Lernergebnissen wird ermöglicht.

		Exzellent	Qualitätsanforderung übertroffen	Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
3.6*	Berufsqualifizierende Kompetenzen / Employability (Asterisk-Kriterium)			x		

4. Wissenschaftliches Umfeld und Rahmenbedingungen

4.1 Lehrpersonal

Die Lehre im Studiengang wird von Professoren, Gastprofessoren, und Lehrbeauftragten wahrgenommen. Hinzu kommen wissenschaftliche Angestellte, die unterstützend in der Lehre, z. B. im Rahmen von Seminaren tätig sind. Gastprofessoren sowie Lehrbeauftragte sollen die Lehre vor allem mit praxisbezogenen Inhalten bereichern. Die Gastprofessoren werden auf einer viertel oder einer halben Professorenstelle beschäftigt.

Die Einstellungsvoraussetzungen für Professoren ergeben sich aus § 100 (BerlHG) vom 26. Juli 2011. Danach haben die Bewerber nachzuweisen

- ein abgeschlossenes Hochschulstudium,
- ihre pädagogische Eignung, (in der Regel durch Erfahrungen in der Lehre oder Ausbildung nachgewiesen),
- ihre besondere Befähigung zu wissenschaftlicher Arbeit, (in der Regel durch die Qualität einer Promotion nachgewiesen) sowie
- besondere Leistungen bei der Anwendung oder Entwicklung wissenschaftlicher Erkenntnisse und Methoden in einer mindestens fünfjährigen beruflichen Praxis, von der mindestens drei Jahre außerhalb des Hochschulbereichs ausgeübt worden sein müssen.

Die Einhaltung der gesetzlichen Vorgaben wird bei der stets erforderlichen Zustimmung zu Berufungen von Professoren von der für Hochschulen zuständige Senatsverwaltung des Landes Berlin überprüft. Außerdem muss nach §123 BerlHG nachgewiesen werden, dass die Lehraufgaben mindestens zur Hälfte von hauptberuflich Lehrenden der Hochschule wahrgenommen werden, die die Einstellungsvoraussetzungen für Professoren erfüllen.

Bei der Auswahl von Professoren ist nach eigener Darstellung deren ausgewiesene Fähigkeit und Bereitschaft zu anwendungsorientierter Forschung von zentraler Bedeutung. Da die Hochschule sowohl im Bachelor- als auch im Masterbereich Studiengänge in englischer Sprache anbietet, ist Internationalität (Erfahrungen im Ausland, Lehrerfahrungen in englischer Sprache) ein wichtiger Schwerpunkt bei Berufungen.

Bei der Berufung von Professoren und Gastprofessoren wird die pädagogische und didaktische Qualifikation zunächst durch die Berufungskommission beurteilt. Kriterien sind hierbei der Umfang der Lehrerfahrungen, bisherige Evaluationsergebnisse des Bewerbers in der Lehre, Teilnahme an hochschuldidaktischen Qualifizierungsmaßnahmen sowie Qualität des Berufungsvortrages.

Wissenschaftliche Mitarbeiter lehren Module im Tandem und unter der Verantwortung der Professoren.

Bei den Lehrbeauftragten wird die Lehrbefähigung vor ihrem Einsatz von der Hochschule anhand der eingereichten Unterlagen (Umfang der Lehrerfahrung, Einschlägigkeit, bisherige

Evaluationsergebnisse) überprüft. Weiterhin werden in einem Fachgespräch mit dem zuständigen Fachprofessor und mit der Studienprogramm- bzw. Studiengangsleitung die inhaltliche Gestaltung der Lehre und die didaktischen Methoden abgestimmt. Außerdem wird darauf geachtet, dass sie Problemstellungen und Erfahrungen aus der Praxis mit in die Lehre einbringen können.

Die Leistungsüberprüfung für das Lehrpersonal erfolgt auf dem Weg der Lehrevaluierung durch die Studierenden in jedem Semester, durch Fachgespräche und Zielvereinbarungen mit der Studienprogramm- bzw. der Studiengangsleitung bzw. dem Vizepräsidenten Lehre.

Seit dem Sommersemester 2013 werden einmal im Semester Qualifikationsmaßnahmen für die Gestaltung der Lehre angeboten, Deren Erfolg spiegelt sich zusammen mit weiteren Maßnahmen zur Verbesserung der Lehre (Feststellung der pädagogischen Eignung im Auswahl- und Einstellungsverfahren, inhaltliche Nachbereitung der Lehrveranstaltungen) nach eigener Einschätzung in den verbesserten aktuellen Evaluationsergebnissen wieder. Vor allem im Bereich der Didaktik und bezogen auf den Lehrenden wurden die Ergebnisse deutlich besser.

Der Austausch und Abgleich von Lehrinhalten und Lehrmethoden zwischen den Dozenten wird von der Hochschule ausdrücklich erwartet und unterstützt: In Leitfäden zur Qualitätssicherung wird die Frage interner Kooperationen und Absprachen angesprochen, die Überschneidungsfreiheit der gelehrten Inhalte geprüft, und es werden etwaige Anknüpfungspunkte für andere Lehrende zeitnah vor Semesterbeginn kommuniziert. Zudem finden regelmäßige Sitzungen aller in der Lehre tätigen Personen statt, zu denen der Studiengangsleiter einlädt. Durch diese Sitzungen, und das ohnehin auf Interaktion ausgelegte Grundverständnis, wird der regelmäßige Austausch über Statusgruppen hinweg forciert.

Abstimmungsformate sind insbesondere

- Studiengangsleitertreffen (monatlich)
- Team Lehre (zu Semesterbeginn)
- Meetings zur Vorbereitung der Lehre (vor Semesterbeginn)
- Professoren-Lunch (einmal pro Semester).

Alle Dozenten sind für die Studierenden durchgängig ansprechbar. Wöchentliche Sprechzeiten der Professoren garantieren zusätzlich die Erreichbarkeit während des Semesters. Alle festangestellten Professoren und die wissenschaftlichen Mitarbeiter betreiben eine „Open Door Policy“, wodurch diese auch außerhalb der Lehrveranstaltungen und Sprechzeiten für die Studenten persönlich ansprechbar sind.

Leistungsüberprüfungen in jedem Semester lassen Probleme einzelner Studierender zeitnah sichtbar werden, so dass die Dozenten und die Studienprogrammleitung in Zielvereinbarungsgesprächen gemeinsam mit dem Studierenden Maßnahmen zur Verbesserung der Studienleistungen vereinbaren können.

Bewertung:

Die Struktur und Anzahl des Lehrpersonals korrespondieren auch unter Berücksichtigung der Mitwirkung in anderen Studiengängen mit den Anforderungen des Studienganges und gewährleisten die Erreichung der Qualifikations- und Kompetenzziele. Die Lehrverflechtungsmatrix bzw. die Übersicht zur Lehrquote lassen erkennen, dass die notwendige Kapazität für diesen Studiengang vorhanden ist und die BerlHSG-Vorgaben hinsichtlich des hauptamtlich erteilten Unterrichtes erfüllt werden. Letzteres gilt allerdings nur, wenn die derzeit ausgeschriebene Marketing-Professur rechtzeitig besetzt wird. Die Gutachter empfehlen deshalb folgende **Auflage**:

Die Hochschule legt den Nachweis für die erfolgte Berufung für die Professur für Marketing einschließlich des CVs vor.

Die Durchsicht der Lebensläufe sowie die Gespräche mit den Lehrende bestätigen, dass die didaktischen Qualifikationen des Lehrpersonals vorliegen und sie den nationalen Vorgaben entsprechen. Ebenso ist eine ausreichende Lehr- und Praxiserfahrung gewährleistet. Maßnahmen zur Personalentwicklung werden betrieben.

Die interne Kooperation und Koordination zur Abstimmung der Module untereinander und insgesamt ist systematisch gewährleistet. Die vielfältigen und häufig durchgeführten Abstimmungsformate sorgen darüber hinaus für regelmäßige gemeinsame Besprechungen aller Hochschullehrer. Durch die überschaubare Größe der Hochschule können auch schnelle und informelle Kommunikationswege gegangen werden.

Die Betreuung der Studierenden ist fester Bestandteil der Dienstleistung des Lehrpersonals. Die internen Dozenten sind, unter Festlegung von Sprechzeiten, für persönliche Gespräche vor Ort und die externen Dozenten via E-Mail erreichbar, um die Studierenden in akademischen und damit verbundenen Fragen zu unterstützen. In den Gesprächen mit den Studierenden konnten die Gutachter feststellen, dass das Lehrpersonal den Studierenden darüber hinaus auch außerhalb der vorgegebenen „Sprechzeiten“ zur Verfügung steht und die Studierenden mit der Betreuung „rundum zufrieden“ sind.

		Exzellent	Qualitätsanforderung übertroffen	Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
4.1	Lehrpersonal					
4.1.1*	Struktur und Anzahl des Lehrpersonals in Bezug auf die curricularen Anforderungen (Asterisk-Kriterium)			Auflage		
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			
4.1.7	Fernstudienspezifisches Betreuungskonzept (nur relevant und Asterisk-Kriterium für Fern-/eLearning-Studiengänge)					x

4.2 Studiengangsmanagement

Die Studienprogrammleitung nimmt die folgenden Aufgaben in Abstimmung mit den jeweiligen Dozenten wahr:

- Unterstützung und Beratung der Lehrenden
- Moderationsfunktion zwischen Lehrenden und Studierenden
- Aktualisierung der Lehrinhalte
- Erstellung und Kontrolle der Lehrpläne
- Projektkoordination (z. B. Akkreditierungen)
- Prüfungsausschussvorsitz
- Planung, Steuerung und Dokumentation der Lehrveranstaltungen

- Abstimmung von Prüfungsterminen und
- Abstimmung von Exkursionen, Veranstaltungen und Gastrednern

Die Studienprogrammleitung sorgt zur Fortentwicklung des Studienganges dafür, dass alle relevanten Gruppen regelmäßig beteiligt werden. Bei den Lehrenden erfolgt dies durch den oben beschriebenen Austausch vor allem auf der Studiengangsebene. Die Studierenden sind durch unterschiedliche, regelmäßige Feedbackmöglichkeiten – wie z.B. ihre Mitwirkung in den Gremien – und Befragungen beteiligt. Mit den Alumni und den Vertretern der beruflichen Praxis erfolgt ein aktiver Informationsaustausch. Mit den wissenschaftlichen und den administrativen Mitarbeitern findet ein regelmäßiger, wöchentlicher Austausch in Form von Mitarbeiterrunden statt.

Das nichtwissenschaftliche Personal der Hochschule ist zuständig für die Verwaltungstätigkeiten für das Bewerbungsverfahren, die Organisation des Studiums und die angebotenen Services. Die Informationen über die jeweiligen Zuständigkeiten werden den Studierenden über Aushang bekannt gemacht. Jeder Servicebereich verfügt über ein eigenes Informationsboard für aktuelle News, Informationen oder Hinweise.

Für die Servicebereiche werden Qualifizierungsmaßnahmen zur Sicherstellung von Qualität und Aktualität angeboten und organisiert. Hierzu gehören u.a. der Besuch von Tagungen des DAAD, zum Hochschulmanagement oder zu den Themen Systemakkreditierung und Prozessmanagement sowie die Teilnahme an Intensiv-Sprachkursen und Kommunikationstrainings. In den jährlich stattfindenden Mitarbeitergesprächen können alle Hochschulmitarbeiter ihre Weiterbildungswünsche benennen. Im Umgang mit den Campusmanagementsystemen der Hochschule findet eine permanente Schulung statt. Für Verwaltungsmitarbeiter, die eine Promotion anstreben, gibt es einen wöchentlich freien Forschungstag.

Bewertung:

Die Studiengangsleitung organisiert und koordiniert die Beiträge aller im Studiengang Mitwirkenden und trägt Sorge für einen störungsfreien Ablauf des Studienbetriebes.

Die Servicebereiche agieren erkennbar als proaktive Dienstleister für Studierende und Lehrende. Das hohe Engagement der Verwaltungsmitarbeiter wurde in den Gesprächen mit Lehrenden, Studierenden und Verwaltungsmitarbeiten sehr deutlich. Ablauforganisation, Entscheidungsprozesse, -kompetenzen und -verantwortlichkeiten sind transparent festgelegt. Die Möglichkeiten der elektronischen Serviceunterstützung werden systematisch genutzt und ergänzen das persönliche Beratungsgespräch. Das administrative Personal wird fortlaufend weiter qualifiziert.

		Exzellent	Qualitätsanforderung übertroffen	Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
4.2	Studiengangsmanagement					
4.2.1*	Studiengangsleitung (Asterisk-Kriterium)			x		
4.2.2	Ablauforganisation und Verwaltungsunterstützung für Studierende und das Lehrpersonal		x			

4.3 Kooperationen und Partnerschaften

Im Rahmen der internationalen Kooperationen bestehen Rahmenabkommen bzw. detaillierte Kooperationsverträge, die den Austausch von Studierenden und Dozenten aber auch gemeinsame Forschungsaktivitäten zum Inhalt haben. Eigene Kooperationsabkommen existieren für die Summer Schools.

Gemeinsame Forschungsprojekte werden beispielsweise mit der Marmara Universität in Istanbul im Bereich Contractual Risk Management in Small and Medium-Sized Enterprises betrieben. Im Bereich Doktorandenbetreuung besteht im Rahmen eines PhD-Programms eine Zusammenarbeit mit der Universität Granada.

Aktuell verfügt die Hochschule über 57 Partnerschaften mit Hochschulen in 45 Städten in 27 Ländern. Der Großteil dieser Partnerschaften wurde mit Hochschulen im Rahmen des Erasmus-Programms geschlossen. Darüber hinaus gibt es Kooperationen mit Hochschulen in Russland, in Nord- und Südamerika sowie in Asien. Das Partnerhochschulnetzwerk ist nach eigener Aussage in den vergangenen Jahren stark gewachsen und soll weiter ausgebaut werden. Außerdem besteht regional eine intensive Zusammenarbeit mit der TU Berlin.

Die Hochschule kooperiert mit einer Vielzahl von Unternehmen (z.B. Deutsche Telekom, Deutsche Bank, IHK, Siemens) auf unterschiedlichen Ebenen. Die wichtigsten Instrumente und Formen der Zusammenarbeit sind Vortragsreihen im Rahmen der Lehrveranstaltungen, die Company Projects, die Vermittlung und Organisation von Praktikumsplätzen, Exkursionen, die Stipendienprogramme der Deutschlandstiftung, der Karrieretag und Mitgliedschaften.

Bewertung:

Die Hochschule betreibt aktiv Kooperationen mit anderen Hochschulen, insbesondere durch Partnerschaften mit ausländischen Hochschulen, aber auch innerhalb der regionalen Zusammenarbeit mit der Technischen Universität Berlin sowie im Rahmen von Forschungsprojekten. Auch die Zusammenarbeit mit Unternehmen auf unterschiedlichen Ebenen wird aktiv betrieben (beispielsweise in Form von Vortragsreihen oder anhand der Vermittlung von Praktikumsplätzen). Die hierzu vorliegenden Kooperationsvereinbarungen und Learning Agreements zeigen insgesamt, dass die Hochschule angemessen vernetzt ist und die Studierenden in ihrer Qualifikations- und Kompetenzentwicklung, beispielsweise durch die Möglichkeit, einen Auslandsaufenthalt wahrzunehmen oder im Rahmen der Career Days etc. Kontakte zu Unternehmen zu knüpfen, gefördert werden.

		Exzellent	Qualitätsanforderung übertroffen	Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
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

Am Standort Dresden[1] werden die Räumlichkeiten und Infrastruktur der SRH-Hotel-Akademie, die über insgesamt 1.500 Quadratmeter Hauptnutzfläche verfügt, genutzt. Dort stehen mit entsprechenden Seminarräumen und einem Vorlesungssaal, die nach dem neuesten Stand der Technik mit einem Smartboard ausgestattet sind, hinreichend adäquate Flächen für den Studiengang zur Verfügung. In allen Räumen ist der Zugriff auf das Internet mittels WLAN möglich.
Die Hochschulbibliothek steht für wissenschaftliche Recherchen allen Mitgliedern der Hochschule wochentags von 9:00 bis 18:00 Uhr auch während der vorlesungsfreien Zeit zur Verfügung. Alle Studierenden der Hochschule können die Angebote der Sächsischen Landes- und Universitätsbibliothek (SLUB) nutzen, durch die sie Medien über die Fernleihe bestellen können. Die Medien der Hochschulbibliothek können rund um die Uhr in einem Online-Katalog recherchiert werden.

Der überwiegend frei zugänglich aufgestellte Buchbestand, der im Wesentlichen auf die Curricula und die thematischen Programmen der Lehrmodule in deutscher und englischer Sprache ausgerichtet ist, umfasst zurzeit rund 4.300 Bücher und wird durch Neuerwerbungen fortlaufend erweitert. Die Hochschule hat 15 Zeitschriften im Print- und/oder Online-Format abonniert und verfügt über einen wachsenden Bestand von CD-ROMs und DVDs. Zudem werden die gängigen, von der Deutschen Forschungsgemeinschaft geförderten Nationallizenzen für fachlich adäquate bibliographische Datenbanken, elektronische Zeitschriften, Volltextdatenbanken, Faktendatenbanken, E-Books, Nachschlagewerke und Wörterbücher bereitgestellt. Die elektronischen Quellen werden im fortlaufend aktualisierten Bibliotheksbereich der Internetseite der Hochschule präsentiert. Der Zugriff darauf ist für alle Hochschulmitglieder innerhalb des Hochschulnetzwerkes möglich. Bei Bedarf können sich die Mitglieder auch einen Zugriff von zu Hause via VPN-Client einrichten.

Mitarbeitern werden am Standort Dresden PCs oder Laptops mit aktueller Windows-Version und Office 2010 zur Verfügung gestellt. Für Studierende und Lehrende gibt es 24 hochmoderne Laptops, die auch als Tablets nutzbar sind, sowie einen Pool von 12 Laptops, die je nach Bedarf für den Unterricht verliehen werden. Darüber hinaus stehen 3 weitere stationäre PC-Arbeitsplätze für die Studierenden zur Verfügung. Weiterhin können mehrere Drucker und Kopierer genutzt werden.

Bewertung:

Quantität, Qualität sowie Media- und IT-Ausstattung der Unterrichtsräume entsprechenden Anforderungen am Standort Dresden für die Durchführung des Studienganges unter Berücksichtigung der Ressourcenbedarfe anderer Studiengänge. Die Räume und Zugänge sind behindertengerecht ausgestattet und barrierefrei erreichbar. Den Studierenden stehen genügend Gruppenarbeitsräume zur Verfügung.

Die Bibliothek ist sowohl in der Vorlesungszeit als auch in der vorlesungsfreien Zeit gleichbleibend und hinreichend lange geöffnet. Der Präsenzbestand an Büchern ist überschaubar und das Bibliotheks-Entwicklungskonzept fokussiert auf die Weiterentwicklung der Print- und Online-Angebote. Der adäquate Zugang zu Literatur und Zeitschriften sowie elektronischen Medien und Datenbanken ist durch die Fernleihe sowie insbesondere durch die Kooperation mit der Sächsische Landes- und Universitätsbibliothek gewährleistet. Die Studierenden haben über Wireless LAN kostenfreien Zugang zum Internet und zum Bibliotheksbestand inklusive der Online-Kataloge und Fernleihe.

[1] Beschreibung und Bewertung des Standortes erfolgt aufgrund früherer Begutachtung vor Ort in Dresden

		Exzellent	Qualitätsan-forderung übertroffen	Qualitätsan-forderung erfüllt	Qualitätsan-forderung nicht erfüllt	Nicht re-levant
4.4	Sachausstattung					
4.4.1*	Quantität, Qualität sowie Media und IT-Ausstattung der Unterrichts und Grup-penarbeitsräume (Asterisk-Kriterium)			x		
4.4.2*	Zugangsmöglichkeiten zur erforderlichen Literatur (Asterisk-Kriterium)			x		

4.5 Zusätzliche Dienstleistungen

Der hochschuleigene Career Service unterstützt und berät Studierende bei der Suche nach Praktika, Studierendentätigkeiten, Erstellen von Bewerbungsunterlagen oder Einstiegsjobs. Er organisiert in jedem Sommersemester einen Karrieretag, bei dem Vertreter von Unternehmen und Verbänden ihre Arbeit und Einrichtungen vorstellen und zu Praktika und Jobmöglichkeiten informieren. Der Career Service unterstützt die Vorbereitung der Studierenden auf die Praktikumsphase (u.a. durch Bewerbungstrainings oder Informationen zu Praktikumsangeboten von Unternehmen) sowie bei der Beantragung von Erasmus-Stipendien für Auslandspraktika und informiert über die Fördermöglichkeiten von jungen Entrepreneuren im Rahmen des Erasmus-Programms.

Für den kontinuierlichen Kontakt zu den Alumni ist an der Hochschule ein gemeinnütziger Verein „International Management Alumni Berlin e.V." gegründet worden. Ziel der Alumni- Arbeit und -Befragung ist es, die Erfahrungen der Alumni für die Weiterentwicklung des Curriculums und als Feedback zur Qualität des Studiums zu nutzen sowie die Vernetzung zwischen Studierenden und Absolventen zu intensivieren. Weitere Aktivitäten des Vereins sind u.a. eine eigenen Alumni- Lounge auf dem Career Day, die Einbindung von Unternehmen in den Verein und der Ausbau des Mentoring-Programms.

Bewertung:

Der Career Service fördert durch Beratungs- und Trainingsangebote bzw. Veranstaltungen die Employability der Studierenden.

Es besteht eine Alumni-Organisation mit dem Ziel, ein Netzwerk unter den Absolventen aufzubauen.

		Exzellent	Qualitätsan-forderung übertroffen	Qualitätsan-forderung erfüllt	Qualitätsan-forderung nicht erfüllt	Nicht re-levant
4.5	Zusätzliche Dienstleistungen					
4.5.1	Karriereberatung und Placement Service			x		
4.5.2	Alumni-Aktivitäten			x		

4.6 Finanzierung des Studienganges (Asterisk-Kriterium)

Die Hochschule, die sich fast ausschließlich aus Studiengebühren und Drittmitteln finanziert, ist nach Gesetz und Gesellschaftsvertrag zu kaufmännischer Wirtschaftsführung und ordnungsgemäßer Buchhaltung verpflichtet. Dementsprechend erfolgt die Planung nach kaufmännischen Grundsätzen. Eine detaillierte Aufstellung über die Budgetierung der Hochschule in den letzten Jahren mit Erträgen und Aufwendungen in Form einer Gewinn- und Verlustrechnung hat den Gutachtern vorgelegen. Danach schließt die Hochschule seit 2011 mit einem

positiven Betriebsergebnis ab, das auch für das laufende Jahr geplant ist. Die für 2015 erwarteten und für die Folgejahre geplanten Jahresüberschüsse sollen den weiteren Ausbau der Hochschule unterstützen.

Die SRH Holding als Gesellschafterin hat 2014 sich in einer Patronatserklärung gegenüber dem Land Berlin verpflichtet sicherzustellen, dass die an der Hochschule immatrikulierten Studierenden ihr Studium ordnungsgemäß beenden können.

Bewertung:

Die vorgelegten Daten beschreiben eine positive finanzielle Entwicklung der Hochschule. Eine hinreichende finanzielle Grundausstattung und -planung für die Hochschule ist nach Ansicht der Gutachter auch durch die vorgelegten Zahlen belegt. Die Finanzierungssicherheit für den aktuellen Studienzyklus und den gesamten Akkreditierungszeitraum scheint – auch durch die Patronatserklärung des alleinigen Anteilseigners – damit gesichert.

		Exzellent	Qualitätsanforderung übertroffen	Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
4.6*	Finanzierung des Studienganges (Asterisk-Kriterium)			x		

5. Qualitätssicherung und Dokumentation

Ein vom Präsidium der Hochschule eingesetzter Qualitätslenkungskreis ist für die Implementierung und Umsetzung der Qualitätssicherung und -entwicklung zuständig. Er dokumentiert das Qualitätssicherungssystem der Hochschule und aktualisiert das Qualitätshandbuch, in dem das an der Hochschule praktizierte Qualitätsmanagementsystem sowie die Prozesse und Instrumente dargestellt werden. Der Qualitätslenkungskreis wird vom Qualitätsbeauftragten geleitet und tagt regelmäßig, mindestens einmal pro Monat.

Das Qualitätssicherungssystem der Hochschule stellt auf die Ziele (der Hochschule), auf die Träger (d.h. die Organe der Hochschule) und die Prozesse in der Hochschule ab. Hierfür werden Verantwortlichkeiten und der Umgang damit im Einzelnen definiert.

Für Prozesse, wie Berufungen von Professoren, Auswahl der Studierenden oder Beantragung von Drittmittelprojekten, sind Ordnungen und Richtlinien verabschiedet. In einem Prozesshandbuch sind daneben die konkreten Prozessabläufe, Verantwortungen und Zuständigkeiten sowie die regelmäßigen Evaluationsmaßnahmen beschrieben. Die resultierende Ergebnis- und Prozessqualität wird kontinuierlich mit unterschiedlichen Qualitätssicherungsverfahren bewertet. Basierend auf der Evaluierung der Zielerreichung wird eine Optimierung der Prozesse angestrebt. Das Qualitätsmanagementsystem versteht sich ebenso wie die gesamte Institution als „lernendes System“, das sich flexibel neuen Erkenntnissen und Erfordernissen anpasst.

Die Evaluation der Lehrveranstaltungen, die zwei Mal pro Jahr stattfindet, erfolgt in Papierform im Rahmen der Lehrveranstaltungen, so dass ein fast hundertprozentiger Rücklauf erreicht wird. Es werden folgende Qualitätskriterien evaluiert:

- Transparenz und Abstimmung der Lehrziele und -inhalte innerhalb des Studiums
- Aktualität und Nachhaltigkeit der gelehrten Inhalte
- Wissenschaftlichkeit der Lehre mit Anwendungs- und Praxisbezug
- Strukturierung der Lehrveranstaltung und Einhaltung der Vorgaben der Prüfungsordnung

- Kompetenz und Motivation des Dozenten

Die Durchführung der Evaluation, die Auswertung der Ergebnisse und das Umsetzungscontrolling erfolgen in der Verantwortung des Studienprogrammleiters. Die Ergebnisse werden den Studierenden erläutert und in Gesprächen und Zielvereinbarungen zwischen Studiengangsleiter und den betroffenen Dozenten umgesetzt. Am Ende des Semesters führt jeder Dozent im Rahmen seiner Veranstaltung – neben den sonst auch üblichen Gesprächen mit den Studierenden – ein Feedback-Gespräch mit der gesamten Kohorte durch, um sich selbst einen Eindruck vom Lernerfolg „seiner" Studierenden zu verschaffen.

Einmal im Jahr werden alle Studierenden der Hochschule mit standardisierten Fragebögen zu den Bereichen Studium und Lehre sowie Servicequalität befragt. Die Ergebnisse werden mit der Studierendenvertretung besprochen sowie Maßnahmen zur Verbesserung in einzelnen Bereichen diskutiert und hochschulintern veröffentlicht.

Studierende werden am Ende ihres Auslandsaufenthalts vom International Office um ein Feedback anhand eines Evaluationsbogens gebeten. Dabei werden Fragen zum Service und zu den strukturellen Gegebenheiten vor Ort angesprochen. Zusätzlich sind Auslandsstudierende dazu verpflichtet, einen kurzen Bericht zu schreiben, der nachfolgenden Studierenden oder Interessierten einen Einblick sowie Hilfestellung bei der Organisation des Auslandsaufenthaltes geben soll.

Nach Abschluss eines Studienganges an der Hochschule werden die Absolventen zu ihrem Werdegang befragt. Da die bisherige Rücklaufquote bei den vorhandenen Studiengängen gering war, liegt kein signifikantes Ergebnis über den Verbleib der Absolventen vor. In Zusammenarbeit mit dem neu gegründeten Verein „International Management Alumni Berlin e.V." ist eine überarbeitete Absolventenverbleibstudie in Vorbereitung.

Praktikumsunternehmen erhalten einen Evaluationsbogen, in dem die Zufriedenheit der Unternehmensvertreter in Bezug auf die Studierenden der Hochschule eingeschätzt wird. Die Auswertung erfolgt durch den Career Service. Die Ergebnisse gehen in die Vorbereitung der kommenden Praxisphase ein.

Die Anforderungen für den Studiengang sind im Curriculum sowie in der Studien- und der Prüfungsordnung definiert. Studienverlauf und Prüfungen werden durch das internetbasierte Studiendokumentationssystem CampusNet erfasst. Informationsmaterialien sind über die Homepage oder in Papierform erhältlich. Zu Beginn des Studiums werden die Studierenden ausführlich im Rahmen der Vorbereitungswochen über den Studienverlauf informiert. Dies beinhaltet auch die ausführliche Information über die akademischen Einrichtungen, wie z. B. die Bibliothek, und kulturelle und sportliche Aktivitäten. Die Studierenden erhalten zusätzlich zum Studienablauf ausführliche, schriftliche Informationen über die einzelnen Studienabschnitte, insbesondere im Hinblick auf die Unternehmensprojekte, Praktika und Masterarbeiten.

Alle curricularen und sonstigen Aktivitäten im Studienjahr werden regelmäßig im CampusNet oder ggfs. in Moodle dokumentiert und sind für jeden Teilnehmenden in aktueller Form abrufbar.

Im nächsten akademischen Jahresbericht (2015/2016) sollen alle Lehr-, Forschungs- und internationale Aktivitäten dargestellt und als Internetauftritt der Hochschule zur Verfügung gestellt werden. Der Lehrbericht umfasst die Beschreibung der aktuellen Studienprogramme mit neuen Entwicklungen, Berichte über neue Lehr- und Lernformen und besondere Aktivitäten in den einzelnen Studiengängen. Der Forschungsbericht enthält das Forschungsprofil der Hochschule, sowie Informationen über Netzwerk sowie Konferenzbeiträge und Publikationen der

Professoren und wissenschaftlichen Mitarbeiter. Der Bericht über die internationalen Aktivitäten enthält Angaben über die Entwicklung der internationalen Austauschaktivitäten, über neue Hochschulpartnerschaften und über neue internationale Aktivitäten, wie z. B. Summer Schools.

Die Präsidentin verfasst einmal jährlich einen Newsletter, der alle relevanten Ereignisse aus Ihrer Sicht beleuchtet und einen Ausblick für das kommende Jahr enthält. Dieser Newsletter wird in Englisch an alle Studierenden übermittelt.

Bewertung:

Die Hochschule hat ein Qualitätssicherungssystem entwickelt, das systematisch alle Beteiligten, die verschiedenen Bereiche und Prozesse der Hochschule umfasst und eine Optimierung des Gesamtgeschehens insbesondere mittels regelmäßigen Feedback-Schleifen zum Ziel hat.

In diesem Zusammenhang hat sie auch Qualitätsziele für die Entwicklung ihrer Studiengänge formuliert und überprüft ihre Umsetzung regelmäßig, beispielsweise innerhalb der Strategieworkshops oder Evaluierungsverfahren.

Qualitätssicherungs- und -entwicklungsverfahren werden unter anderem in Form von Lehrveranstaltungsevaluationen einschließlich der Fragen zur studentischen Arbeitsbelastung eingesetzt. Dazu gehören auch Fragen zur allgemeinen Studierendenzufriedenheit und zur kontinuierlichen Weiterentwicklung der Qualität der Studiengänge. Lehrende und Studierende sind im Rahmen der Treffen des „Team Lehre“ und innerhalb der Studierendenvertretung an der Planung und Auswertung dieser Qualitätssicherungsverfahren beteiligt.

Die studentische Lehrevaluation erfolgt zweimal jährlich. Die Ergebnisse der studentischen Lehrevaluation werden systematisch mit den Studierenden kommuniziert und finden Eingang in den Prozess der Qualitätsentwicklung.

Die Qualitätssicherung durch das Lehrpersonal erfolgt in den Treffen des „Team Lehre“ sowie in den einmal pro Semester stattfindenden Dozententreffen der Dozenten des Studienganges. Diese eher „kollektive“ Qualitätssicherung durch die Lehrenden ist aus Sicht der Gutachter zu vage, zu unbestimmt und nicht hinreichend individuell. Sie empfehlen deshalb folgende **Auflage:**

> Die Hochschule entwickelt ein Evaluierungsverfahren für das Lehrpersonal, das systematisch auch die jeweiligen individuellen (Selbst-) Einschätzungen und Bewertungen enthält oder verdeutlicht.

Die Ergebnisse von Evaluierungen durch Alumni, Arbeitgeber und Dritte finden Eingang in den Prozess der Qualitätsentwicklung.

Die Anforderungen hinsichtlich Studiengang, Studienverlauf und Prüfungen sind durch das internetbasierte Studiendokumentationssystem STUDOS, durch auf Anfrage bereitgestellte Informationsmaterialien in Papierform und durch die Internetseite der Hochschule in geeigneter Weise dokumentiert und veröffentlicht. Die Studierenden werden durch fachliche wie überfachliche Beratung seitens der Studiengangsleitung und der Verwaltungsmitarbeiter unterstützt.

Über den Studiengang und den Studienverlauf und Prüfungen wird durch geeignete Dokumentation und Veröffentlichung (z.B. der Studien-/Prüfungsordnung) regelmäßig berichtet. Zudem betreibt die Hochschule aktive Presse- und Netzwerkarbeit.

		Exzellent	Qualitätsan-forderung übertroffen	Qualitätsan-forderung erfüllt	Qualitätsan-forderung nicht erfüllt	Nicht re-levant
5.1*	Qualitätssicherung und -entwicklung des Studienganges in Bezug auf Inhalte, Prozesse und Ergebnisse			x		
5.2	Instrumente der Qualitätssicherung					
5.2.1	Evaluation durch Studierende			x		
5.2.2	Qualitätssicherung durch das Lehrperso-nal				Auflage	
5.2.3	Fremdevaluation durch Alumni, Arbeit-geber und ggf. weitere Dritte			x		
5.3	Dokumentation					
5.3.1*	Beschreibung des Studienganges (As-terisk-Kriterium)			x		
5.3.2	Informationen über Aktivitäten im Studi-enjahr			x		

Qualitätsprofil

Hochschule: SRH Hochschule Berlin, Standort Dresden

Bachelor-Studiengang: Internationales Marketingmanagement (B.A.)

Beurteilungskriterien		Bewertungsstufen				
		Exzellent	Qualitätsan-forderung übertroffen	Qualitätsan-forderung erfüllt	Qualitätsan-forderung nicht erfüllt	Nicht re-levant
1.	**Zielsetzung**					
1.1*	Zielsetzung des Studienganges (Asterisk-Kriterium)			x		
1.2*	Internationale Ausrichtung der Studiengangskonzeption (Asterisk-Kriterium)			x		
1.3	Positionierung des Studienganges					
1.3.1	Positionierung des Studienganges im Bildungsmarkt			x		
1.3.2	Positionierung des Studienganges im Arbeitsmarkt für Absolventen („Employability“)			x		
1.3.3	Positionierung des Studienganges im strategischen Konzept der Hochschule			x		
2	**Zulassung**					
2.1*	Zulassungsbedingungen (Asterisk-Kriterium)			x		
2.2	Beratung für Studieninteressierte			x		
2.3	Auswahlverfahren (falls relevant)			x		
2.4*	Berufserfahrung (Asterisk-Kriterium für weiterbildenden Master-Studiengang)					x
2.5*	Gewährleistung der Fremdsprachenkompetenz (Asterisk-Kriterium)			x		
2.6*	Transparenz und Nachvollziehbarkeit von Zulassungsverfahren und -entscheidung (Asterisk-Kriterium)			x		
3.	**Inhalte, Struktur und Didaktik des Studienganges**					
3.1	Inhalte					
3.1.1*	Logik und konzeptionelle Geschlossenheit (Asterisk-Kriterium)			x		
3.1.2*	Begründung der Abschluss- und der Studiengangsbezeichnung (Asterisk-Kriterium)			x		
3.1.3*	Integration von Theorie und Praxis (Asterisk-Kriterium)			x		
3.1.4	Interdisziplinäres Denken			x		
3.1.5	Ethische Aspekte			x		
3.1.6	Methoden und wissenschaftliches Arbeiten (Asterisk-Kriterium)			x		
3.1.7	Prüfungsleistungen und Abschlussarbeit (Asterisk-Kriterium)			x		

3.2	Struktur				
3.2.1*	Struktureller Aufbau und Modularisierung (Asterisk-Kriterium)		x		
3.2.2*	Studien- und Prüfungsordnung (Asterisk-Kriterium)		Auflage		
3.2.3*	Studierbarkeit (Asterisk-Kriterium)		x		
3.2.4	Chancengleichheit		x		
3.3	Didaktik				
3.3.1*	Logik und Nachvollziehbarkeit des didaktischen Konzeptes (Asterisk-Kriterium)		x		
3.3.2	Begleitende Studienmaterialien		x		
3.3.3	Gastreferenten		x		
3.3.4	Tutoren im Lehrbetrieb		x		
3.4	Internationalität				
3.4.1*	Internationale Inhalte und interkulturelle Aspekte (Asterisk-Kriterium)		x		
3.4.2	Internationalität der Studierenden		x		
3.4.3	Internationalität der Lehrenden		x		
3.4.4	Fremdsprachenanteil		x		
3.5*	Überfachliche Qualifikationen und Kompetenzen (Asterisk-Kriterium)		x		
3.6*	Berufsqualifizierende Kompetenzen (Asterisk-Kriterium)		x		
4.	**Wissenschaftliches Umfeld und Rahmenbedingungen**				
4.1	Lehrpersonal				
4.1.1*	Struktur und Anzahl des Lehrpersonals in Bezug auf die curricularen Anforderungen (Asterisk-Kriterium)		Auflage		
4.1.2*	Wissenschaftliche Qualifikation des Lehrpersonals (Asterisk-Kriterium)		x		
4.1.3*	Pädagogische und 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 das Lehrpersonal (Asterisk-Kriterium)	x			
4.1.7	Fernstudienspezifisches Betreuungskonzept (nur relevant und * für Fern-/E-Learning-Studiengänge)				x
4.2	Studiengangsmanagement				
4.2.1*	Studiengangsleitung		x		
4.2.2	Ablauforganisation und Verwaltungsunterstützung für Studierende und das Lehrpersonal	x			

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			
4.4.1*	Quantität, Qualität sowie Media- und IT-Ausstattung der Unterrichts- und Gruppenarbeitsräume		x	
4.4.2*	Zugangsmöglichkeiten zur erforderlichen Literatur		x	
4.5	Zusätzliche Dienstleistungen		x	
4.5.1	Karriereberatung und Placement Service		x	
4.5.2	Alumni-Aktivitäten		x	
4.6*	Finanzplanung und Finanzierung des Studienganges (Asterisk-Kriterium)		x	
5.	**Qualitätssicherung**			
5.1*	Qualitätssicherung und -entwicklung des Studienganges in Bezug auf Inhalte, Prozesse und Ergebnisse		x	
5.2	Instrumente der Qualitätssicherung			
5.2.1	Evaluation durch Studierende		x	
5.2.2	Qualitätssicherung durch das Lehrpersonal			Auflage
5.2.3	Fremdevaluation durch Alumni, Arbeitgeber und ggf. weitere Dritte		x	
5.3	Dokumentation			
5.3.1*	Beschreibung des Studienganges (Asterisk-Kriterium)		x	
5.3.2	Informationen über Aktivitäten im Studienjahr		x	