

Gutachterbericht

Hochschule: ISS International Business School of
Service Management, Hamburg

Master-Studiengang: International Marketing, Sales
and Relationship Management

Abschlussgrad: Master of Arts (M.A.)

Kurzbeschreibung des Studienganges:

Der Studiengang richtet sich im Unterschied zu den bestehenden Programmen der ISS auf die Entwicklung und Vermarktung von Produkten und Dienstleistungen und umfasst nicht die Ausführung der Dienstleistung selbst. Fach- und Führungskräfte werden anwendungsorientiert und wissenschaftlich fundiert in einem integrierten Ansatz für Marketing, Sales und Service Management qualifiziert. Ein Schwerpunkt liegt hierbei auf dem Management von Kundenbeziehungen (Relationship Management). Der Studiengang wird in einer Vollzeit- und in einer berufsbegleitenden Variante angeboten.

Datum der Verfahrenseröffnung: 29. August 2011

Datum der Einreichung der Unterlagen: 7. September 2011

Datum der Begutachtung vor Ort (BvO): 17./18. Oktober 2011

Akkreditierungsart: Erst-Akkreditierung

Zuordnung des Studienganges: weiterbildend

Studiendauer (Vollzeitäquivalent):

4 Semester (Vollzeit)

6 Semester (Teilzeit)

Studienform: Vollzeit und Teilzeit

Profiltyp: anwendungsorientiert

Erstmaliger Start des Studienganges:

Dezember 2011

Aufnahmekapazität: 20

Start zum: Winter- und Sommersemester

Zügigkeit: 1

Umfang der ECTS-Punkte des Studienganges: 120

Stunden (Workload) pro ECTS-Punkt: 28

Datum der Sitzung der FIBAA-Akkreditierungskommission: 24. November 2011

Beschluss:

Der Studiengang wird gemäß Abs. 3.1.2 i.V.m. Abs. 3.2.4 i.V.m. Abs. 3.2.5 der Regeln des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung i.d.F. vom 10. Dezember 2010 mit fünf Auflagen für fünf Jahre akkreditiert.

Akkreditierungszeitraum: 1. Dezember 2011 bis Ende Wintersemester 2016/17

Auflagen:

1. Der Nachteilsausgleich für behinderte Studierende ist nicht nur in der StPO, sondern auch in der Zulassungsordnung und für das Auswahlverfahren sicherzustellen (s. Kapitel 2, Rechtsquelle: Kriterium 2.8 i.V.m. 2.11 der Regeln für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung (Beschluss des Akkreditierungsrates vom 08.12.2009 i.d.F. vom 10.12.2010)).

**Die Auflage wurde fristgerecht erfüllt.
Die FIBAA-Akkreditierungskommission am 29./30. November 2012.**

2. Die Zulassungsvoraussetzungen (Art bzw. Dauer der Berufspraxis, des Traineeprogramms, der Praktika, des Hochschulabschlusses) und deren Bewertung im Auswahlverfahren sind so in der Zulassungsordnung zu beschreiben, dass der Zusammenhang von beruflicher Qualifikation und Studienangebot klar wird (s. Kapitel 2, Rechtsquelle: Ländergemeinsamen Strukturvorgaben für die Akkreditierung von Bachelor- und Masterstudiengängen i.d.F. vom 4. Februar 2010 i.V.m. Kriterium 2.3 der Regeln für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung (Beschluss des Akkreditierungsrates vom 08.12.2009 i.d.F. vom 10.12.2010)).

**Die Auflage wurde fristgerecht erfüllt.
Die FIBAA-Akkreditierungskommission am 29./30. November 2012.**

3. Die Studien- und Prüfungsordnungen für die berufsbegleitende und die Vollzeitvariante des Studienganges sind formal in Kraft zu setzen (Kapitel 3.1, Rechtsquelle: Kriterium 2.5 der Regeln für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung (Beschluss des Akkreditierungsrates vom 08.12.2009 i.d.F. vom 10.12.2010)).

Die Erfüllung der Auflage ist bis zum 30. August 2013 nachzuweisen.

4. Es ist festzulegen, welche der Module 1 - 19 mindestens absolviert sein müssen, damit Modul 20 erfolgreich absolviert werden kann bzw. damit sichergestellt ist, dass diejenigen Kernmodule, deren Inhalte im Modul 20 vorausgesetzt werden, von den Studierenden vorher absolviert sind (s. Kapitel 3.2, Rechtsquelle: Kriterium 1.1 c der Rahmenvorgaben für die Einführung von Leistungspunktsystemen und die Modularisierung von Studiengängen der Kultusministerkonferenz i.d.F. vom 04. Februar 2010 i.V.m. Abs. 2.3 der Regeln des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung (Beschluss des Akkreditierungsrates vom 08.12.2009 i.d.F. vom 10.12.2010)).

**Die Auflage wurde fristgerecht erfüllt.
Die FIBAA-Akkreditierungskommission am 29./30. November 2012.**

5. Drei für den Studiengang benötigte Professorenstellen sind zu besetzen, und es ist nachzuweisen, dass diese ihre eindeutig hauptamtliche Tätigkeit an der Hochschule rechtzeitig aufzunehmen in der Lage sind (Kapitel 4.1, Rechtsquelle: Kriterium 2.7 der Regeln für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung (Beschluss des Akkreditierungsrates vom 08.12.2009 i.d.F. vom 10.12.2010) i.V.m. § 114 Satz 5 und 6 des Hamburgischen Hochschulgesetzes vom 18. Juli 2001 i.d.F. vom 16. November 2010).

**Die Auflage ist erfüllt.
Die FIBAA-Akkreditierungskommission am 11./12. Juli 2013.**

Betreuer:

Dr. Alexander Merck

Gutachter:

Prof. Dr. Hans-Peter Liebmann

Universität Graz

Strategisches Management, Internationales Marketing-Management

Prof. Dr. Volker Busch

BiTS Business and Information Technology School
Rektor und akademischer Geschäftsführer der BiTS, Iserlohn

Dr. Tyll Weber-Carstanjen

ASK Group, Ludwigsburg
Generalbevollmächtigter
Management, Maschinenbau, Sales & Marketing

Alex Niklas

Fachhochschule Amberg-Weiden
Studierender der Betriebswirtschaftslehre

Zusammenfassung¹

Bei der Bewertung wurden die Selbstdokumentation, die Ergebnisse der Begutachtung vor Ort und die Stellungnahme der Hochschule vom 11. November 2011 berücksichtigt.

Prozedural ist anzumerken, dass in einer sog. Erst-Akkreditierung, also vor Aufnahme des Studienbetriebs bzw. zum Beginn des Studienbetriebs, eine Reihe von Kriterien des Qualitätsprofils noch nicht bewertet werden kann ("n.b."). Gewertet wird auf Grundlage des Konzepts und des erreichten Planungsstandes. In das Gutachten ist aber eingeflossen, dass Studierende aus dem dualen Bachelor-Studiengang und dem MBA-Studiengang International Business befragt werden konnten. Deshalb konnten einzelne Bereiche (z.B. Betreuung der Studierenden, Prüfungen, Zulassungsverfahren oder Lehr- und Lernmethoden) bewertet werden.

Der Master-Studiengang International Marketing, Sales and Relationship Management erfüllt mit fünf Ausnahmen die Qualitätsanforderungen für Master-Studiengänge. Er kann somit von der Foundation for International Business Administration Accreditation (FIBAA) unter fünf Auflagen akkreditiert werden.

Der Studiengang ist ein weiterbildender Master-Studiengang. Er entspricht mit zwei Ausnahmen den Strukturvorgaben der Kultusministerkonferenz (KMK), mit fünf Ausnahmen den Anforderungen des Akkreditierungsrates, mit einer Ausnahme den Vorgaben des Hamburgischen Hochschulgesetzes sowie insgesamt den Anforderungen des nationalen Qualifikationsrahmens in der zum Zeitpunkt der Verfahrenseröffnung geltenden Fassung. Er ist modular gegliedert, mit ECTS-Punkten versehen, hat ein „anwendungsorientiertes“ Profil und schließt mit dem akademischen Grad „Master of Arts“ ab.

Handlungsbedarf sehen die Gutachter bei der Zulassungs- und der Prüfungsordnung sowie bei der Verfügbarkeit hauptamtlicher Dozenten. Daher empfehlen sie, die Akkreditierung mit folgenden Auflagen zu verbinden:

1. Der Nachteilsausgleich für behinderte Studierende ist nicht nur in der StPO, sondern auch in der Zulassungsordnung und für das Auswahlverfahren sicherzustellen (s. Kapitel 2, Rechtsquelle: Kriterium 2.8 i.V.m. 2.11 der Regeln für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung (Beschluss des Akkreditierungsrates vom 08.12.2009 i.d.F. vom 10.12.2010)).
2. Die Zulassungsvoraussetzungen (Art bzw. Dauer der Berufspraxis, des Traineeprogramms, der Praktika, des Hochschulabschlusses) und deren Bewertung im Auswahlverfahren sind so in der Zulassungsordnung zu beschreiben, dass der Zusammenhang von beruflicher Qualifikation und Studienangebot klar wird (s. Kapitel 2, Rechtsquelle: Ländergemeinsamen Strukturvorgaben für die Akkreditierung von Bachelor- und Masterstudiengängen i.d.F. vom 4. Februar 2010 i.V.m. Kriterium 2.3 der Regeln für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung (Beschluss des Akkreditierungsrates vom 08.12.2009 i.d.F. vom 10.12.2010)).
3. Die Studien- und Prüfungsordnungen für die berufsbegleitende und die Vollzeitvariante des Studienganges sind formal in Kraft zu setzen (Kapitel 3.1, Rechtsquelle: Kriterium 2.5 der Regeln für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung (Beschluss des Akkreditierungsrates vom 08.12.2009 i.d.F. vom 10.12.2010)).
4. Es ist festzulegen, welche der Module 1 - 19 mindestens absolviert sein müssen, damit Modul 20 erfolgreich absolviert werden kann bzw. damit sichergestellt ist, dass diejenigen Kernmodule, deren Inhalte im Modul 20 vorausgesetzt werden, von den Studierenden vorher absolviert sind (s. Kapitel 3.2, Rechtsquelle: Kriterium 1.1 c der Rahmenvorgaben

¹ Lediglich zur Vereinfachung der Lesbarkeit des Gutachterberichtes erfolgt im Folgenden keine geschlechtsneutrale Differenzierung, sondern wird ausschließlich die männliche Form verwendet. Selbstverständlich ist seine Ausrichtung in jedem Fall geschlechtsunabhängig.

für die Einführung von Leistungspunktsystemen und die Modularisierung von Studiengängen der Kultusministerkonferenz i.d.F. vom 04. Februar 2010 i.V.m. Abs. 2.3 der Regeln des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung (Beschluss des Akkreditierungsrates vom 08.12.2009 i.d.F. vom 10.12.2010)).

5. Drei für den Studiengang benötigte Professorenstellen sind zu besetzen, und es ist nachzuweisen, dass diese ihre eindeutig hauptamtliche Tätigkeit an der Hochschule rechtzeitig aufzunehmen in der Lage sind (Kapitel 4.1, Rechtsquelle: Kriterium 2.7 der Regeln für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung (Beschluss des Akkreditierungsrates vom 08.12.2009 i.d.F. vom 10.12.2010) i.V.m § 114 Satz 5 und 6 des Hamburgischen Hochschulgesetzes vom 18. Juli 2001 i.d.F. vom 16. November 2010).

Die Erfüllung der Auflagen ist bis zum 24. August 2012 nachzuweisen.

Die Gutachter sind der Ansicht, dass die aufgezeigten Mängel innerhalb von neun Monaten behebbar sind, weshalb sie eine Akkreditierung unter Auflagen empfehlen (vgl. Abs. 3.1.2 der Regeln des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung i.d.F. vom 10. Dezember 2010).

Die Gutachter sehen darüber hinaus Weiterentwicklungspotenzial für den Studiengang zu verschiedenen Aspekten und empfehlen,

- das Alleinstellungsmerkmal der Hochschule im Bildungsmarkt klarer herauszuarbeiten und zu formulieren und eine quantitative Analyse der Position der Hochschule im Bildungsmarkt durchzuführen, die eine annähernde Abschätzung der zu erwartenden Studierendenzahlen erlaubt (s. Kapitel 1.2),
- ebenso eine quantitative Analyse des Arbeitsmarktes durchzuführen, um die Berufschancen von Absolventen des vorliegenden Studienganges abzuschätzen (s. Kapitel 1.2),
- die für die Zulassung geforderte Berufserfahrung genauer zu beschreiben (s. Kapitel 2.1),
- Studierenden, die keine ausreichenden Vorkenntnisse für den Studiengang mitbringen, die Möglichkeit zu eröffnen, an der Hochschule angebotene Lehrveranstaltungen zu absolvieren, um solche Lücken zu füllen, insoweit das Propädeutikum dies nicht leisten kann (s. Kapitel 2),
- schon bevor die Anzahl der Studierenden sich der Kapazitätsgrenze der Hochschule nähert, das Auswahlverfahren stärker zu formalisieren, zu präzisieren und zu veröffentlichen (s. Kapitel 2),
- die Anzahl der Wahlmöglichkeiten in den Wahlpflichtfächern einzuschränken und sicherzustellen, dass dennoch mindestens zwei Wahlpflichtkurse durchgeführt werden, falls Bedarf besteht, auch wenn die Mindestteilnehmerzahl von sieben nicht vollständig erreicht wird.(s. Kapitel 3.1),
- die Diskrepanz zwischen der Gewichtung der Master-Thesis plus Kolloquium in der Gesamtnote von 40% und dem relativen Gewicht der CPs (20 von insgesamt 120) zu überdenken (s. Kapitel 3.1),
- das für die Bachelor- und MBA-Studiengänge existierende Formular "Äquivalenzprüfung" zur Anerkennung von extern erworbenen CPs auch für den vorliegenden Studiengang zur Verfügung zu stellen (s. Kapitel 3.1),
- in den Kernfächern den Erwerb der Fähigkeit zum eigenständigen und wissenschaftlichen Arbeiten auch auf Master-Niveau stärker zu betonen (s. Kapitel 3.2),
- die Themen Sales Management bzw. Sales Force Management, Sales Strategy, Sales Excellence, Solution Selling plastischer darzustellen und explizit als Module ins Curriculum aufzunehmen (s. Kapitel 3.2),

- die Anforderungen an die Master-Abschlussarbeit und insbesondere die Kriterien für ihre Bewertung transparenter zu beschreiben und konsistenter zu machen, insbesondere deshalb, weil diese in der Abschlussnote mit 40% gewichtet ist (s. Kapitel 3.2),
- von den Studierenden vorgeschlagene Themen für die Master-Abschlussarbeit nicht nur vom Studiengangsleiter, sondern durch ein Team genehmigen zu lassen,
- die Themen Konflikt-Management, Rhetorik und Persönlichkeitsentwicklung im Curriculum plastischer darzustellen, Planspiele oder Simulationen zusammen mit anderen Hochschulen zu organisieren und im Erwerb fachübergreifender Kompetenzen die Praxis-Anteile plastischer herausstellen (s. Kapitel 3.3),
- eine ausreichende Betreuung der Studierenden speziell während der Anfertigung der Abschlussarbeit sicherzustellen (s. Kapitel 4.1).

Die ggf. getroffenen Maßnahmen der Hochschule zur Umsetzung der Empfehlungen sind im Rahmen einer allfälligen Re-Akkreditierung zu betrachten.

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

- Kooperationen mit Wirtschaftsunternehmen und anderen Organisationen (s. Kapitel 1.4),
- Berufsbefähigung (s. Kapitel 3.5),
- Praxiskenntnisse des Lehrpersonals (s. Kapitel 4.1).

Der Fremdsprachenanteil (s. Kapitel 1.3) ist sogar als exzellent zu bewerten.

Zur Gesamtbewertung siehe das Qualitätsprofil im Anhang.

Informationen zur Institution

Die ISS International Business School of Service Management, eine Hochschule in privater Trägerschaft, erhielt am 16. Februar 2007 die staatliche Anerkennung des Senats der Freien und Hansestadt Hamburg. Nach ihrem Selbstverständnis qualifiziert sie anwendungsorientiert und wissenschaftlich fundiert Fach- und Führungskräfte für das Management und die Unternehmensentwicklung von international tätigen Unternehmen mit dem Schwerpunkt auf der erfolgreichen Realisierung von zukunftsorientierten Dienstleistungen. Sie fördert mit ihren Programmen die Servicementalität in Unternehmen, den Auf- und Ausbau tragfähiger Partnerschaften mit Kunden sowie die Kompetenzen für Entwicklung, Vermarktung und Realisierung von Kundenlösungen in bestehenden und künftigen Märkten.

Als Träger der privaten Hochschule fungiert die ISS International Business School of Service Management GmbH.

Die ISS hat bisher bereits im Rahmen des Auf- und Ausbaus ihres Betriebes die Ressourcen und Unternehmenskontakte der MarketingAkademie Hamburg und ihres Leistungsbereichs ServiceAkademie genutzt. Dies wird auch beim weiteren Ausbau der ISS mit dem vorliegenden Master-Programm der Fall sein.

Die MarketingAkademie arbeitet seit 1988 als Partner der Wirtschaft für Personal- und Organisationsentwicklung und auf dem Gebiet der beruflichen Weiterqualifikation von Fach- und Führungskräften. Sie verfügt über eine leistungsfähige Organisation im Weiterbildungsbe- reich und über eine anerkannte Fachkompetenz mit etwa 100 Dozenten aus Wirtschaft und Wissenschaft.

Die ISS International Business School of Service Management bietet gegenwärtig drei verschiedene Studienprogramme mit einem Schwerpunkt im Dienstleistungsmanagement an:

- MBA Service Management (berufsbegleitend)
- B.A. Service Management (berufsbegleitend)
- B.A. Service Management (Vollzeit dual/dual multi)

Die Programme fokussieren auf eine fundierte betriebswirtschaftliche Qualifikation und berücksichtigen, dass Wachstum bereits heute und künftig verstärkt aus einem erfolgreichen Dienstleistungsmanagement der Unternehmen heraus resultiert. Alle Programme wurden durch die FIBAA akkreditiert.

Im weiteren Ausbau der ISS sind zwei Master-Programme vorgesehen, die in zwei Studien- formen angeboten werden sollen, berufsbegleitend und als Vollzeitstudium in Studienblö- cken. Dies sind:

- M.A. International Marketing, Sales and Relationship Management
- M.A. International Service Management

Darstellung und Bewertung im Einzelnen

1 Strategie und Ziele

1.1 Zielsetzungen des Studienganges

Dem Programm liegt die Zielsetzung zugrunde, anwendungsorientiert und wissenschaftlich fundiert Fach- und Führungskräfte für das Marketing und Sales Management zu qualifizieren. Ein neues innovatives Element des Studienganges ist die Priorisierung des Managements von Kundenbeziehungen (oder Relationship Management), um Umsatzzahlen zu stabilisieren, durch neuartige Produkte und Dienstleistungen die Kundenzufriedenheit und -loyalität langfristig zu sichern und alle Funktionsbereiche des Unternehmens auf die Kundenbeziehung auszurichten. Produkte, Dienstleistungen, Finanzierung und flankierende Komponenten sollen als Gesamtlösung zusammen mit dem Kunden prozessorientiert integriert werden. Produkte und Dienstleistungen werden zunehmend zu Leistungssystemen bzw. ganzheitlichen Kundenlösungen kombiniert.

Der Studiengang wird in einer Vollzeit- (24 Monate) und in einer berufsbegleitenden Variante (32 Monate) angeboten. Der Master-Studiengang „International Marketing, Sales and Relationship Management“ besitzt den Profiltyp „anwendungsorientiert“.

Der Studiengang baut auf einem Bachelor-Abschluss oder einer vergleichbaren Qualifikation auf und leistet einerseits einen Beitrag zur Verbreitung und Vertiefung des Wissens der Studierenden, andererseits wird gezielt der Ausbau der instrumentalen, kommunikativen und systemischen Kompetenzen der Studierenden gefördert. Dabei wird auf die Deskriptoren der Master-Ebene des Qualifikationsrahmens für Deutsche Hochschulabschlüsse Bezug genommen. Damit begründet sich, dass die ISS den Absolventen den Abschluss „Master of Arts“ vergeben möchte.

Im Bereich „Wissen und Verstehen“ gibt der Qualifikationsrahmen die Kompetenzen „Wissensverbreitung“ und „Wissensvertiefung“ an. Im Studiengang werden hierzu folgende Theorien und Terminologien des Marketing und Sales Managements vermittelt:

- In den Modulen 2 bis 8 werden die Theorien des Marketings vermittelt.
- In den Modulen 16 bis 18 stehen die Methoden eines erfolgreichen Vertriebs im Mittelpunkt.
- In den Modulen 2, 10 und 14 werden internationale Aspekte einer Marketing- und Sales-Tätigkeit angesprochen.
- Die Module 1, 9, 13, 15 und 18 behandeln die Unternehmensfokussierung auf erfolgreiche Produkt- und Leistungsbereiche und Absatzmärkte.
- Das Modul 11 behandelt Ausbau und Ausweitung der Geschäftsfelder, auch durch Unternehmenszukäufe.
- Das Propädeutikum erklärt den flexiblen Studienaufbau und die Struktur und die Inhalte der Module. Es wird vier Mal im Jahr angeboten.
- Modul 20 verbindet die Themen des Studiums in integrierten Marketing- und Sales-Konzepten für Produkte und Dienstleistungen.

In dem Bereich „Können“ gibt der Qualifikationsrahmen die Kompetenzen „Instrumentale Kompetenz“, „Kommunikative Kompetenz“ und „Systemische Kompetenz“ an. Durch diese werden auch Persönlichkeitsentwicklung und Befähigung zu zivilgesellschaftlichem Engagement gefördert.

Instrumentale Kompetenz wird in Seminarprüfungen und Präsentationen geübt, in denen die Studierenden einen Bezug zwischen Theorie und praktischen Aufgaben in einem Unternehmen herstellen.

Systemische Kompetenz, d.h. die Fähigkeit, sich neues Wissen selbstständig anzueignen und anzuwenden, wird in Seminararbeiten demonstriert, die auf den Präsenzphasen aufbauen, sowie letztlich in der Master-Thesis.

Die kommunikative Kompetenz und die Übernahme von Verantwortung behandeln die Module 13, 14 und 15.

Bewertung:

Die Zielsetzung des Studiengangskonzeptes wird mit Bezug auf das angestrebte Berufsfeld nachvollziehbar dargelegt. In der Beschreibung des Studienganges ist die Zielsetzung des Studiengangskonzeptes verständlich dargestellt. Sie entspricht dem Qualifikationsziel. Das Studiengangskonzept orientiert sich an wissenschaftsadäquaten fachlichen und überfachlichen Zielen, die dem angestrebten Abschlussniveau adäquat sind.

Die Abschlussbezeichnung "Master of Arts" entspricht der inhaltlichen Ausrichtung und den nationalen Vorgaben. Das Studiengangsprofil wird begründet und ist „anwendungsorientiert“. Es entspricht den Deskriptoren des Akkreditierungsrates. Persönlichkeitsentwicklung und Befähigung zu zivilgesellschaftlichem Engagement werden gefördert.

Das Studiengangskonzept und die angestrebten Qualifikations- und Kompetenzziele sind aufeinander abgestimmt und werden von der Hochschule im Rahmen des Qualifikationsrahmens für Deutsche Hochschulabschlüsse dargestellt. Der Studiengang trägt den Erfordernissen der Dublin Descriptors Rechnung.

		Exzellent	Qualitätsanforderung übertroffen	Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	n.b. ² n.r. ²
1.	Ziele und Strategie					
1.1.	Zielsetzungen des Studienganges			X		
1.1.1	Logik und Nachvollziehbarkeit der Zielsetzung des Studiengangskonzeptes			X		
1.1.2	Begründung der Abschlussbezeichnung			X		
1.1.3	Studiengangsprofil (nur relevant für Master-Studiengang in D)			X		
1.1.4	Studiengang und angestrebte Qualifikations- und Kompetenzziele			X		

1.2 Positionierung des Studienganges

Fachhochschulen und Universitäten bieten Studiengänge zum Thema Marketing und Internationales Marketing an, die überwiegend auf Produkt-Marketing ausgerichtet sind.

Fachhochschulen greifen das Thema Dienstleistungs-Marketing auf spezielle Branchen beschränkt bereits häufiger auf (z.B. Tourismus). Das Thema Vertrieb wird seitens Fachhochschulen und Universitäten seltener angeboten, möglicherweise wegen der geringen Akademisierung in diesem Bereich. Ein Studiengang, der Produkt- und Dienstleistungs-Marketing, Vertriebsaufgaben und internationales Wachstum umfasst, ist auf dem Bildungsmarkt derzeit noch eine Ausnahme.

¹ n.b. = nicht beobachtbar

² n.r. = nicht relevant

Das Ziel, mit Dienstleistungen international zu wachsen, verfolgen Unternehmen der unterschiedlichsten Branchen und Länder. Daher ist der vorliegende Studiengang, insbesondere in seiner berufs begleitenden Form, aus Sicht der Hochschule ein attraktives Angebot für Bachelor-Absolventen, die in ihrem Unternehmen die Funktion Marketing und Vertrieb mit ausbauen wollen.

Attraktiv ist der Studiengang jedoch auch für Absolventen eines Ingenieur- oder BWL- Studiums, die noch mit einem Diplom abgeschlossen haben. Sie erwerben Fachwissen für den internationalen Ausbau ihrer Unternehmen und erhalten zusätzlich den international anerkannten Titel eines Master of Arts.

Entsprechend ihrem Leitbild qualifiziert die ISS anwendungsorientiert und wissenschaftlich fundiert Fach- und Führungskräfte für das Management von international tätigen Unternehmen mit dem Schwerpunkt zukunftsorientierte Dienstleistungen. Die ISS versteht sich als Treiber für wirtschaftliche Kundenlösungen, in denen Produkte, Dienstleistungen und Software, Finanzierung und weitere Komponenten integriert sind.

Unter dieses Leitbild passen das von der ISS seit 2010 angebotene Bachelor-Programm und der seit 2008 angebotene MBA-Studiengang. Der vorliegende Studiengang hat einen anderen Schwerpunkt, der bei der Entwicklung und Vermarktung von Produkten und Dienstleistungen liegt, d.h. er umfasst nicht die Ausführung der Dienstleistung selbst. Er ist dadurch auch für Bachelor-Absolventen, z.B. aus den Ingenieur-, Bio- oder Chemiewissenschaften, geeignet. 2012 soll ein weiteres Master-Programm angeboten werden, der Master of Arts "International Service Management". Damit soll die ISS voraussichtlich über ein Bachelor-Programm, zwei internationale Master-Programme und ein MBA-Programm verfügen, die alle in den Studienformen Vollzeit und berufs begleitend angeboten werden.

Bewertung:

Die Hochschule definiert als ihr Alleinstellungsmerkmal im Bildungsmarkt die Kombination aus "Sales – Marketing – Service". Zielgruppe unter den potentiellen Studierenden sind aus Sicht der Hochschule die zukünftigen belastbaren Führungskräfte und "Change agents".

Die Gutachter empfehlen, das Alleinstellungsmerkmal der Hochschule klarer herauszuarbeiten und zu formulieren.

Die Hochschule hat eine Marktbeurteilung für den Wissenschaftlichen Beirat erstellt, d.h. eine Aufstellung der Konkurrenten und der Studiengänge sowie ein Benchmarking zum Bedarf einiger Unternehmen, mit denen der Studiengang entwickelt wurde. Die Hochschule legt hierzu zwei Benchmark-Projekte und eine Konkurrenzanalyse vor.

Nach Aussage der Hochschule ist jedoch noch keine quantitative Wettbewerbsanalyse durchgeführt worden. Die Gutachter empfehlen, eine quantitative Analyse der Position der Hochschule im Bildungsmarkt durchzuführen, die eine annähernde Abschätzung der zu erwartenden Studierendenzahlen erlaubt.

Aufgrund des beschriebenen Profils und der angestrebten Qualifikations- und Kompetenzziele ist der Studiengang jedoch für die Gutachter nachvollziehbar sowohl im Bildungsmarkt als auch im Arbeitsmarkt positioniert.

Nach Aussage der Hochschule gibt es für die Berufschancen von Absolventen des vorliegenden Studienganges keine quantitativen Untersuchungen. Die Gutachter empfehlen, eine solche Studie durchzuführen.

Die Einbindung des Studienganges in das strategische Konzept der Hochschule ist beschrieben und nachvollziehbar begründet, und der Studiengang verfolgt Qualifikationsziele, die zum Leitbild und der strategischen Planung der Hochschule passen.

		Exzellent	Qualitätsanforderung übertrifft	Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	n.b. ¹ n.r. ²
1.2	Positionierung des Studienganges			X		
1.2.1	Positionierung im Bildungsmarkt			X		
1.2.2	Positionierung im Arbeitsmarkt im Hinblick auf Beschäftigungsrelevanz („Employability“)			X		
1.2.3	Positionierung im strategischen Konzept der Hochschule			X		

1.3 Internationale Dimension des Studienganges

Der Studiengang erhebt einen explizit internationalen Anspruch, da er Qualifikationen für internationales Marketing und Sales Management für Absolventen vermittelt, die Fach- und Führungsaufgaben in international tätigen Unternehmen übernehmen. Dies geschieht insbesondere in den Modulen 2 (Global Marketing and Sales Strategy), 10 (Global Economics), 16 (Sales- and Service Strategy) und 17 (Global Account and Customer Relationship Management).

International persönlichkeitsbildend sind die Module 13 (Leadership and Management) und 14 (International Business Behaviour) sowie 15 (Driving Performance in Marketing and Sales). Eine weitere internationale Erfahrung erleben die Studierenden während der in Dublin (Irland) und Karlstad (Schweden) durchgeführten Module. Weitere Module sind in Amerika und Asien vorgesehen. Die Unterrichtssprache in diesen wie überhaupt in allen Modulen ist Englisch.

Über die Zusammenarbeit mit ausländischen Handelskammern und die Teilnahme an internationalen Messen strebt die Hochschule eine Zunahme des Anteils ausländischer Studierender an .

Die Professoren und die eingesetzten Lehrbeauftragten der ISS kommen überwiegend aus dem Ausland oder haben internationale Erfahrung in Lehre, Forschung, Marketing und Vertrieb.

Internationale Aspekte werden in allen Modulen behandelt, folgende Module haben jedoch besonders explizite internationale Inhalte:

- Modul 2 (Global Marketing and Sales Strategy),
- Modul 10 (Global Economics),
- Modul 13 (Leadership and Management),
- Modul 14 (International Business Behaviour),
- Modul 17 (Global Account and Customer Relationship Management),
- Modul 20 (Integrated Market and Customer Management).

Interkulturelle Inhalte sind Gegenstand der Module 7 (Customer Touch Point Management) und 13 (Leadership and Management).

¹ n.b. = nicht beobachtbar

² n.r. = nicht relevant

Strukturelle und inhaltliche Indikatoren für die Internationalität des Studienganges sind:

- internationale und interkulturelle Inhalte des Studienganges,
- Englisch als ausschließliche Unterrichtssprache,
- im Ausland durchgeführte Studienmodule,
- internationale Erfahrung oder Herkunft der Professoren und Dozenten.

Alle Lehrveranstaltungen werden in englischer Sprache unterrichtet.

Bewertung:

Der Studiengang verfolgt nach Aussage der Hochschule einen explizit internationalen Anspruch. Einige Module können im Ausland absolviert werden. Die Gutachter haben sich überzeugt, dass Zielsetzung und Strategie des Studienganges Internationalität in Lehre und Studium beinhalten.

Der Anteil der Studierenden aus dem Ausland ist in den anderen Studiengängen der Hochschule noch gering. Die Hochschule rechnet damit, dass der Anteil in den nächsten beiden Jahren 30% erreichen könnte.

Wie aus den vorgelegten Lebensläufen zu entnehmen ist, kommt ein Teil der Lehrenden aus dem Ausland bzw. hat im Ausland gearbeitet oder gelehrt.

Sechs Module haben explizit internationale Inhalte, vier Module haben interkulturelle Inhalte. Internationale Elemente, z.B. im Ausland durchgeführter Module, werden regulär angeboten und prüfungstechnisch begleitet. Der Fremdsprachenanteil bei den Lehrveranstaltungen liegt bei 100%.

	Exzellent	Qualitätsanforderung übertroffen	Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	n.b. ¹ n.r. ²
1.3 Internationale Ausrichtung			X		
1.3.1 Internationale Ausrichtung der Studiengangskonzeption			X		
1.3.2 Internationalität der Studierenden					n.b.
1.3.3 Internationalität der Lehrenden			X		
1.3.4 Internationale Inhalte			X		
1.3.5 Interkulturelle Inhalte			X		
1.3.6 Strukturelle und/oder Indikatoren für Internationalität			X		
1.3.7 Fremdsprachenanteil	X				

1.4 Kooperationen und Partnerschaften

Von der Hochschule werden acht universitäre Kooperationspartner in ihren Leistungsbereichen genannt. Die Kooperationen beinhalten, dass von den Partnern Räume, Arbeitsplätze für die Studierenden und die Bibliothek zur Verfügung gestellt werden. Kooperationen mit indischen, chinesischen und amerikanischen Hochschulen und Business Schools sind in Vorbereitung. Forschungsk Kooperationen mit der Industrie bestehen im Rahmen öffentlich geförderter Forschungsprogramme und Auftragsforschung sowie einer Kooperationsabsprache mit dem Fraunhofer Institut Materialfluss und Logistik Dortmund.

¹ n.b. = nicht beobachtbar

² n.r. = nicht relevant

Die Hochschule benennt sieben Verbände und elf Wirtschaftsunternehmen, mit denen Kooperationen in den Leistungsbereichen der ISS bestehen. Mit der MarketingAkademie Hamburg (Gesellschafterin der Träger-GmbH) gibt es aufgrund der räumlichen und personellen Nähe eine enge Zusammenarbeit. Die MarketingAkademie Hamburg hat auf dem Gebiet Marketing, Service und Sales eine mehr als 20jährige Weiterbildungserfahrung, auf die die ISS zurückgreifen kann. Im Fachbeirat der ServiceAkademie, einem Leistungsbereich der MarketingAkademie, der Seminare und Zertifikatslehrgänge zur Entwicklung von Unternehmen mit Dienstleistungen anbietet, wirken über 15 Unternehmen mit, die teilweise auch die Studiengänge der ISS zur Qualifikation ihrer Mitarbeiter nutzen.

Über das TEP-Programm (Top Executive Partner Program) der ISS besteht eine enge Zusammenarbeit mit größeren Unternehmen. Hier handelt es sich um ein Mentoring-Programm für die Master-Studiengänge der ISS.

Weitere Kooperationen bestehen zu fünf Verbänden, teilweise auch im Ausland.

Bewertung:

Kooperationen mit Hochschulen und anderen wissenschaftlichen Einrichtungen bzw. Netzwerken mit Auswirkungen auf den Studiengang werden aktiv betrieben. Die Hochschule beteiligt sich an 9 Forschungsprojekten und arbeitet mit 8 Hochschulen zusammen.

Kooperationen mit Wirtschaftsunternehmen und anderen Organisationen mit Auswirkungen auf den Studiengang sind mit Leben gefüllt und führen zu konkreten Ergebnissen. Die Hochschule kooperiert außerdem mit sieben Verbänden und elf Unternehmen. Aus Kooperationen mit Institutionen wie dem Industrieverband Spektaris ergeben sich Themen für Bachelor- und Master-Thesen, und die Hochschule erhält Feedback über die Qualität ihrer Studiengänge.

		Exzellent	Qualitätsanforderung übertroffen	Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	n.b. ¹ n.r. ²
1.4	Kooperationen und Partnerschaften			X		
1.4.1	Kooperationen mit Hochschulen und anderen wissenschaftlichen Einrichtungen bzw. Netzwerken			X		
1.4.2	Kooperationen mit Wirtschaftsunternehmen und anderen Organisationen		X			

1.5 Geschlechtergerechtigkeit und Chancengleichheit

Der Nachteilsausgleich für behinderte Studierende ist in § 12 Abs. 8 Studien- und Prüfungsordnung (StuPO) geregelt. Die Schutzbestimmungen über die Mutterschutzfristen werden eingehalten (§ 17 Abs. 5 StuPO). Bei der Berufung von Professoren werden die Regelungen zur Erhöhung des Anteils von Frauen (§ 14 (6) HmbHG) beachtet. Personen mit Schwerbehinderung sind im Unternehmensverbund ebenfalls tätig. Die wirtschaftliche, kulturelle und soziale Vielfalt in der ISS und ihrem Umfeld wird gelebt und nach außen dargestellt. Die ISS ist am 26. Januar 2011 mit dem „Hamburger Familiensiegel“ ausgezeichnet worden. Damit wird der ISS bestätigt, dass sie sich in besonderer Weise für die Vereinbarkeit von Familie und Beruf engagiert.

Gender Mainstream-orientiert und Diversity-forciert ist die ISS auch im Bereich der beschäftigten Dozenten. Die Hochschulleitung der ISS strebt einen möglichst hohen Frauenanteil

¹ n.b. = nicht beobachtbar

² n.r. = nicht relevant

auch unter den Studierenden an und ist sich bewusst, dass dieser Studiengang einen Beitrag zur Erhöhung des Frauenanteils leisten kann. Mit der Entwicklung eines berufsbegleitenden Master-Studienganges ermöglicht die ISS auch die Vereinbarkeit von Beruf und Familie besonders für Frauen durch kurze Präsenzphasen und E-Learning Komponenten.

Bewertung:

Die Hochschule fördert die Geschlechtergerechtigkeit und die Durchsetzung der allgemeinen Diskriminierungsverbote. Ein Anspruch auf Nachteilsausgleich für behinderte Studierende ist u.a. in der Prüfungsordnung sicher gestellt. Nach §14 (6) HmbHG werden weibliche Professoren bevorzugt berufen. Die ISS hat 2011 das "Hamburger Familiensiegel" erhalten.

		Exzellent	Qualitätsanforderung übertroffen	Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	n.b. ¹ n.r. ²
1.5	Geschlechtergerechtigkeit und Chancengleichheit			X		

2 Zulassung (Zulassungsprozess und -Verfahren)

Zulassungsbedingungen laut StPO sind

1. ein berufsqualifizierender Hochschulabschluss oder eine anerkannte gleichwertige Qualifikation
2. Bestehen des schriftlichen ISS-Aufnahmetest mit mind. 70 % der max. Punktzahl
3. TOEFL-Test mit mind. 70 Punkten oder gleichwertiger Test
4. bestandenes Aufnahmegespräch

Zulassungsvoraussetzung ist des Weiteren der Nachweis einer in aller Regel einjährigen Berufserfahrung. Hiervon kann abgewichen werden, wenn der Studierende z.B. parallel zum Studium ein Traineeprogramm in einem Unternehmen oder mehrere Praktika absolviert.

Grundlage für die Auswahl der Studienbewerber sind § 4 der StuPO sowie die Bewertungsmatrix der Zulassungsordnung. Übersteigt die Zahl der Bewerber die Anzahl der Studienplätze, erstellt der Zulassungsausschuss eine Rangfolge. Einzelheiten sind in der "Zulassungsordnung Master-Programme" festgelegt.

Da die Unterrichtssprache Englisch ist, wird zur Zulassung der Nachweis der englischen Sprache verlangt. Dieser erfolgt durch den Internet-basierten TOEFL-Test (Test of English as a Foreign Language) mit einer Bewertung von mindestens 70 Punkten oder einem gleichwertigen Test.

Die öffentliche Information über das Zulassungsverfahren erfolgt über die StuPO und über die Zulassungsordnung. Diese Dokumente liegen im Students' Office für Interessierte bereit und sind auch auf der Website der ISS veröffentlicht, mit Ausnahme des Auswahlverfahrens, das zurzeit noch nicht angewendet wird.

Bewertung:

Die Zulassungsbedingungen sind auf der Homepage veröffentlicht. Der TOEFL-Test ist bei ausschließlich in englischer Sprache gehaltenen Lehrveranstaltungen eine angemessene Notwendigkeit.

¹ n.b. = nicht beobachtbar

² n.r. = nicht relevant

Die für die Zulassung geforderte Berufserfahrung wird in der Zulassungsordnung ungenau beschrieben. In der eingereichten Selbstdokumentation wird "in aller Regel ein Jahr Berufspraxis" gefordert, und hiervon kann wie oben beschrieben abgewichen werden, wenn der Studierende z.B. parallel zum Studium ein Traineeprogramm in einem Unternehmen oder mehrere Praktika absolviert. In der Zulassungsordnung gibt es hierzu keine Angaben.

Im unten beschriebenen Auswahlverfahren ("Bewertungsmatrix zur Zulassungsordnung") werden 0 bis 2 von insgesamt 40 Punkten für Berufserfahrung in den Tätigkeitsfeldern Marketing, Vertrieb, Service vergeben, je nachdem, ob sich diese auf 0 oder bis zu 5 oder über 5 Jahre beläuft.

Auch bezüglich des andernfalls geforderten Hochschulabschlusses ist die Beschreibung ungenau. Nach eingereicherter Selbstdokumentation muss er "berufsqualifizierend" sein, und in der Bewertungsmatrix zur Zulassungsordnung werden 0 bis 8 von 40 Punkten für die Schlüssigkeit der Darlegung des Nutzwertes des Master-Studiums in Kombination mit dem Erststudium vergeben.

Die Akkreditierung wird daher mit der **Auflage** verbunden, die Zulassungsvoraussetzungen (Art bzw. Dauer der Berufspraxis, des Traineeprogramms, der Praktika, des Hochschulabschlusses) so in der Zulassungsordnung zu beschreiben, dass der Zusammenhang von beruflicher Qualifikation und Studienangebot klar wird.

Um divergierende Vorkenntnisse auszugleichen, werden für Interessenten, die die notwendigen Voraussetzungen nicht mitbringen, als Propädeutikum zwei Veranstaltungen angeboten, für die keine CP vergeben werden.

Da der vorliegende Studiengang sehr speziell und anspruchsvoll ist und dennoch keinerlei explizite Anforderungen bzgl. Vorkenntnisse definiert sind, empfehlen die Gutachter, dass die Hochschule Studierenden, die keine ausreichenden Vorkenntnisse mitbringen, die Möglichkeit eröffnet, an der Hochschule angebotene Lehrveranstaltungen zu absolvieren ("Brücken-Veranstaltungen"), um solche Lücken zu füllen, insoweit das Propädeutikum dies nicht leisten kann. Die Gutachter geben hierbei zu bedenken, dass das Propädeutikum lediglich 4 Präsenzstunden vorsieht und alles Übrige Selbststudium ist. Des Weiteren regen sie an, das Propädeutikum um das Thema "wissenschaftliche Methodik" auf Master-Niveau zu erweitern.

Abgesehen von den o.g. Vorbehalten stellen die Gutachter fest, dass die Zulassungsbedingungen definiert und nachvollziehbar sind und die nationalen Vorgaben berücksichtigen. Die Zulassung von Bewerbern aus anderen Studiengangsarten, auch ausländischen, ist unproblematisch. Die Akkreditierung wird mit der **Auflage** verbunden, dass der Nachteilsausgleich für behinderte Studierende nicht nur in der StPO, sondern auch in der Zulassungsordnung und für das Auswahlverfahren sicher gestellt ist.

Das Auswahlverfahren sieht eine Punktvergabe nach folgenden Kriterien vor:

- 0 - 8 Punkte für "Schlüssigkeit der Darlegung des Nutzwertes des BA-Abschlusses"
- 0 - 4 Punkte "Abschlussnote grundständiges Studium"
- 0 - 10 Punkte "schriftlicher Aufnahmetest"
- 0 - 8 Punkte "Aufnahmegespräch"
- 0 - 10 Punkte "Berufserfahrung"

Somit gewährleistet das Auswahlverfahren formal die Gewinnung von qualifizierten Studierenden entsprechend der Zielsetzung des Studiengangskonzeptes.

Da zurzeit die Zahl der Bewerber die Kapazität der Hochschule bei Weitem nicht erreicht, wird das Auswahlverfahren jedoch noch nicht angewendet und ist auch nicht veröffentlicht. Eine Vorauswahl von Bewerbern geschieht bisher überwiegend in den Unternehmen, die in

der Mehrzahl der Fälle die Studiengebühren zahlen und die geeigneten Kandidaten auswählen.

Die Hochschule bestätigt, dass sie, um die Durchführbarkeit des Studienganges zu gewährleisten, keine Bewerber außer denen, die die formalen Voraussetzungen nicht erfüllen, ablehnt. Dies wurde von befragten Studierenden bestätigt. Die Gutachter empfehlen daher, schon bevor die Anzahl der Studierenden sich der Kapazitätsgrenze der Hochschule nähert, das Auswahlverfahren stärker zu formalisieren, zu präzisieren und zu veröffentlichen, um die Möglichkeit zu haben, die Zulassungshürden höher zu setzen, wenn dies erforderlich wird. Die Anwendung des Auswahlverfahrens sollte im Rahmen einer allfälligen Re-Akkreditierung überprüft werden.

Das Zulassungsverfahren ist insofern transparent und nachvollziehbar, als die generellen Zulassungsbedingungen veröffentlicht sind und eine darüber hinausgehende engere Auswahl noch nicht stattfindet. Eine schriftliche Bewerbung ist Bestandteil des Verfahrens.

Die Gutachter haben sich davon überzeugt, dass die Zulassungsbedingungen an sich klar definiert und nachvollziehbar sind. Die nationalen Vorgaben sind dargelegt und berücksichtigt. Übergangswege aus anderen Studiengangsarten sind definiert und problemlos. Insgesamt sind die Gutachter zu dem Schluss gekommen, dass das Zulassungsverfahren beschrieben, nachvollziehbar und für die Öffentlichkeit dokumentiert und zugänglich ist.

Nach Aussagen der Studierenden erfolgte die Kommunikation der Zulassungsentscheidung zeitnah und nachvollziehbar. Erfolgt eine abschlägige Entscheidung durch den Zulassungsausschuss, so erhält der Kandidat hierüber eine schriftliche Mitteilung mit dem Angebot, in einem persönlichen Gespräch ergänzende Informationen zu den Hintergründen der Entscheidung zu erhalten. Die Zulassungsentscheidung basiert somit auf objektivierbaren Kriterien und wird schriftlich kommuniziert. Programmwerbenden wird bei Absage auf ihre Bitte hin mündlich Auskunft erteilt.

		Exzellent	Qualitätsanforderung übertroffen	Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	n.b. ¹ n.r. ²
2	Zulassung (Bedingungen und Verfahren)					
2.1	Zulassungsbedingungen			Auflage		
2.2	Auswahlverfahren			X		
2.3	Berufserfahrung (* für weiterbildenden Master-Studiengang)			Auflage		
2.4	Gewährleistung der Fremdsprachenkompetenz			X		
2.5*	Transparenz und Nachvollziehbarkeit des Zulassungsverfahrens			X		
2.6*	Transparenz der Zulassungsentscheidung			X		

3 Konzeption des Studienganges

3.1 Struktur

Der Studiengang wird in einer Vollzeitvariante (über 24 Monate) und in einer berufsbegleitenden Variante (über 32 Monate) angeboten. Die Module werden in 2 - 3 Studienblöcken von meist 4 - 9 Tagen pro Semester angeboten, so dass eine berufliche Tätigkeit neben dem

¹ n.b. = nicht beobachtbar

² n.r. = nicht relevant

Studium gut möglich ist. Die Vollzeitvariante eignet sich besonders für Bachelor-Absolventen, die parallel zu einem Trainee-Programm studieren möchten und von ihrem Arbeitgeber hierfür ausreichend freigestellt werden können.

Die Module 1 bis 19 können unabhängig voneinander absolviert werden, lediglich das Modul 20 sollte zwar vor der Master-Thesis belegt werden, aber erst, wenn ca. 50% der Studienleistung absolviert wurden (siehe Modulübersicht in Tabelle 1).

Das Curriculum enthält die Kernfächer einer wirtschaftswissenschaftlichen Qualifikation für das internationale Marketing Business und zwar:

- Marketing inklusive Research und Controlling, für Produkte und Dienstleistungen für B2B und B2C,
- Sales für Produkte und Dienstleistungen inklusive Customer Relationship Management,
- Internationale Wirtschaft inklusive rechtlicher Grundlagen.
- Personal- und Verhaltensthemen,
- Methoden der organischen und anorganischen Geschäftsentwicklung und Leistungssteigerung.

Im Propädeutikum wird die Struktur und Logik des Studienganges vorgestellt.

Im Modul 19 werden Themen für eine Spezialisierung angeboten (s. Tabelle 2), von denen eine ausgewählt werden muss: Bereiche bzw. Branchen (NPO-Markets) oder Funktionen (Event Marketing) oder Länderspezifika (US, Indien), die in den entsprechenden Ländern durchgeführt werden.

Praxiselemente ergeben sich, falls berufsbegleitend studiert wird sowie durch Praxisreferate von Unternehmen und Exkursionen. Durch Seminararbeiten wird der Lerntransfer in die berufliche Praxis vorbereitet, und die Master-Thesis behandelt meist eine Aufgabenstellung aus dem Unternehmen.

Eine explizite Praxisphase ist nicht in das Curriculum integriert, die Gutachter begrüßen jedoch, dass ein Auslandspraktikum im Vollzeit-Studiengang eingeführt werden soll.

Der Studiengang umfasst insgesamt 120 Leistungspunkte, ein Leistungspunkt entspricht einem Workload von 28 Stunden, d.h. das Studienprogramm umfasst eine Stundenzahl von 3.360 Stunden, davon 920 Kontaktstunden. Der Studiengang besteht aus 20 Pflichtmodulen (s. Tabelle 1) mit einem Umfang von je 5 CP sowie einem 21. Modul für die Master-Thesis. Die Module 1 bis 20 besitzen entweder 50 oder 42 Kontaktstunden und beinhalten meist ein Online-Seminar mit Vor- und Nachbereitung. Für die Master-Thesis werden 20 CP vergeben, ihre Gewichtung für die Endnote im Verhältnis zu den Studienmodulen liegt bei 40%.

Tabelle 1 - Modulübersicht

1	International Marketing Research
2	Global Marketing and Sales Strategy
3	Brand, Product- and Services Management
4	Sales Distribution and Pricing
5	Classic Communication Management
6	New Media Communication Management
7	Customer Touch Point Management
8	Value Chain Management
9	Controlling and Quality Management
10	Global Economics

11	Business Development
12	A Service Dominant Logic for Corporate Development
13	Leadership and Management
14	International Business Behaviour
15	Driving Performance in Marketing and Sales
16	Sales- and Service Strategies
17	Global Account and Customer Relationship Management
18	Sales Excellence
20	Integrated Market and Customer Management

Tabelle 2 - Wahlpflichtmodule, von denen in jeder der 3 Gruppen je eins auszuwählen ist

19.1	Functions
19.1.1	Event Marketing
19.1.2	Neuro Marketing
19.1.3	Social Media Marketing
19.1.4	Internal Marketing (Shared Services Marketing)
19.2	Sectors
19.2.1	Sports Marketing
19.2.2	NPO Marketing
19.2.3	International Retail Management
19.3	Regions
19.3.1	Business in US
19.3.2	Business in India

Das Studium inklusive der Master-Thesis besteht aus 21 Modulen. Jedes Modul schließt mit einer integrierten Modulprüfung ab. Die Modulabschlussprüfung findet in aller Regel zu Beginn des nächstfolgenden Moduls statt. §16 der StPO regelt die Anerkennung extern erbrachter Leistungen. Das Master-Zeugnis umfasst ein Diploma Supplement mit einem Transcript of Records, in dem u.a. die Modulnoten und CP enthalten sind.

Die Studien- und Prüfungsordnung regelt, definiert und erläutert detailliert alle relevanten strukturellen Vorgaben des Studienganges, u.a. die Möglichkeiten der Wiederholung von Prüfungsleistungen. Zu den Anforderungen an die Master-Thesis siehe Kapitel 3.2. Die zum Einsatz kommenden Prüfungsformen sind in §10 StPO spezifiziert. Folgende Prüfungsformen werden eingesetzt:

- Klausur,
- Mündliche Prüfung,
- Studienarbeit,
- Wissenschaftliches Projekt,
- Seminararbeit,
- Präsentation.

Die Studierbarkeit ist bei beiden Studienformen gegeben. In der Vollzeitvariante kann das Studium in 24 Monaten abgeschlossen werden, berufsbegleitend in 32 Monaten. In der berufsbegleitenden Studienform erfordert das Studium zusätzlich zu den Präsenzphasen ca. 11h Workload pro Woche für Vor- und Nachbereitungen. Bei Vollzeitstudierenden beträgt der Wert ca. 17h pro Woche, womit gleichfalls die Studierbarkeit sichergestellt ist.

Die flexible Studienform mit den Modulen in Studienblöcken ermöglicht es, den Studienverlauf an individuelle Erfordernisse anzupassen. Aufenthalte an anderen Hochschulen sind möglich, die Anerkennung von an anderen Hochschulen absolvierten Modulen ist geregelt. Belange von Studierenden mit Behinderung werden berücksichtigt. Im Falle besonderer Belastungen der Studierenden steht eine fachliche und überfachliche Studienberatung zur Verfügung. Für Bachelor-Absolventen, die ein Trainee-Programm durchlaufen und parallel studieren möchten, setzt die Studierbarkeit eine ausreichende Freistellung durch das Unternehmen voraus.

Bewertung:

Aufgrund der zunächst zu erwartenden niedrigen Zahl von Studierenden und der Vorgabe der Hochschule, dass Kurse nur mit mindestens 7 Studierenden durchgeführt werden, empfehlen die Gutachter,

- die Anzahl der Wahlmöglichkeiten in den Wahlpflichtfächern einzuschränken und
- sicherzustellen, dass dennoch mindestens zwei Wahlpflichtkurse durchgeführt werden, falls Bedarf besteht, auch wenn die Teilnehmerzahl von 7 nicht vollständig erreicht wird.

Insgesamt sind die Gutachter der Auffassung, dass im Studiengang Kernfächer, Wahlpflichtfächer und Praxiselemente überzeugend gewichtet sind und den an der Zielsetzung orientierten Kompetenzerwerb der Studierenden fördern.

Die Gutachter begrüßen, dass durch die Einführung eines Auslandspraktikums in das Vollzeitstudium der Praxisbezug weiter gestärkt werden soll.

Die Mindestgröße der Module von fünf CP wird eingehalten. Praktisch alle Module haben genau 5 CP. Die Gutachter regen an, anlässlich einer allfälligen Re-Akkredierung anhand von Evaluierungsergebnissen zu überprüfen, ob dies realistische Gewichtungen sind.

Die Gutachter stellen fest, dass die Modulbeschreibungen (course syllabi) den Strukturanforderungen genügen. Im Verlauf der meisten Module werden begleitende schriftliche Zwischentests durchgeführt, aber die abschließenden Prüfungen sind durchgehend integrierte Modulprüfungen. Nach CP gewichtete Noten sowie relative Noten entspr. dem ECTS sind definiert. Die Hochschule gewichtet die Master-Thesis plus Kolloquium in der Gesamtnote mit 40%. Dies entspricht nicht dem relativen Gewicht der CPs, das 20 von insgesamt 120 ausmacht. Die Gutachter empfehlen, diese Diskrepanz zu überdenken. Die Hochschule führt an, dass dies für einen laufenden MBA-Studiengang ebenso gehandhabt wird. Einige befragte Studierende halten die starke Gewichtung für angemessen.

§15 StPO enthält handhabbare Regelungen zur Anerkennung von extern erbrachten Leistungen, die mit der Lissabon-Konvention in Einklang stehen, sodass Aufenthalte an anderen Hochschulen und in der Praxis ohne Zeitverlust möglich sind.

Die Akkreditierung wird mit der **Auflage** verbunden, dass die vorgelegten Studien- und Prüfungsordnungen für die berufsbegleitende und die Vollzeitvariante des Studienganges formal in Kraft gesetzt werden.

Da Modulprüfungen jeweils bei Beginn des Folgemoduls abzulegen sind, die Reihenfolge der Module aber nicht vorgegeben ist, stellt die Hochschule sicher, dass Klausuraufgaben und -fragen aus einem Fragenpool ausgewählt werden, sodass aufeinander folgende Klausuren sich inhaltlich ausreichend unterscheiden.

In einigen Modulbeschreibungen ist die Prüfungsform noch nicht endgültig festgelegt, da dies Aufgabe des Studiengangsleiters ist.

Die Gutachter regen an, die Anerkennung von außerhalb der Hochschule, besonders im Ausland, erbrachten Leistungen dahingehend zu präzisieren, dass eine echte Gleichwertigkeit interner und externer Leistungen erreicht wird. Sie empfehlen, das für die Bachelor- und MBA-Studiengänge existierende Formular "Äquivalenzprüfung" zur Anerkennung von CPs auch für den vorliegenden Studiengang zur Verfügung zu stellen.

§12 Abs. 8 StPO enthält umfassende Regelungen zum Nachteilsausgleich für behinderte Studierende.

Die Gutachter haben sich anhand der von der Hochschule eingereichten Unterlagen von der Studierbarkeit des Studienganges innerhalb der angegebenen regulären Studienzeit, insbesondere auch in der berufsbegleitenden Variante, überzeugt. In der berufsbegleitenden Variante sind 120 CP zu je 28h über 32 Monate zu erwerben, entspr. einem jährlichen Workload von 1.260 h.. Nach Aussage der Studierenden ist dann, wenn das Unternehmen nicht freistellt, die Belastung zwar sehr hoch, aber immer noch verkraftbar.

		Exzellent	Qualitätsanforderung übertroffen	Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	n.b. ¹ n.r. ²
3.	Konzeption des Studienganges					
3.1	Struktur			X		
3.1.1	Struktureller Aufbau des Studienganges (Kernfächer / ggf. Spezialisierungen (Wahlpflichtfächer) / weitere Wahlmöglichkeiten / Praxiselemente			X		
3.1.2*	Berücksichtigung des „European Credit Transfer and Accumulation Systeme (ECTS)“ und der Modularisierung			X		
3.1.3*	Studien- und Prüfungsordnung			Auflage		
3.1.4*	Studierbarkeit			X		

3.2 Inhalte

Das Curriculum folgt mit seinen Kernthemen und Wahlpflichtveranstaltungen der Zielsetzung des Studienganges, wie sie im Kapitel 1.1 beschrieben ist. Die Logik und konzeptionelle Geschlossenheit wird den Studierenden im Propädeutikum erklärt und vermittelt.

¹ n.b. = nicht beobachtbar

² n.r. = nicht relevant

Curriculumsübersicht:
M.A. International Marketing, Sales and Relation Management (Vollzeit)

Modul- Nr.	Veranstaltungsbezeichnung	Semester				Gesamt Contact hours / Selbststudium / Credit-Points	Veranstaltungsform z.B. Vorlesung, Seminar	Prüfungsleistungen im Zeitsäquivalent von 1 h = 60 Min	Gewicht für Gesamtnote
		1.	2.	3.	4.				
	Grundlagen								
	Propädeutik	0				4 / 25 / 0			
	Marketing, Services and Relationship								
1	International Marketing Research	5				50 / 90 / 5	L, P, T, BC	TP	3%
1.1	Customer Behaviour								
1.2	Business Intelligence								
2	Global Marketing and Sales Strategy	5				42 / 98 / 5	L, P, T, BC	OE or WT	3%
3	Brand, Product- and Services Management	5				50 / 90 / 5	L, P, T, BC	OE or WT	3%
3.1	Brand Management								
3.2	Product- and Services Management								
4	Sales Distribution and Pricing	5				42 / 98 / 5	L, P, T, BC	WT	3%
4.1	Sales Distribution								
4.2	Pricing								
5	Classic Communication Management	5				50 / 90 / 5	L, P, T, BC	WT	3%
6	New Media Communication Management	5				50 / 90 / 5	L, P, T, BC	WT	3%
7	Customer Touch Point Management		5			42 / 98 / 5	L, P, T, BC	P	3%
7.1	People Behaviour								
7.2	Design of Servicescapes								
8	Value Chain Management		5			42 / 98 / 5	L	WT	3%
8.1	Processes								
8.2	IT and E-Commerce								
9	Controlling and Quality Management		5			42 / 98 / 5	L, P, T, BC	WT	3%
9.1	Marketing and Sales Controlling								
9.2	Quality and Claim Management								
	International Business Management and Skills								
10	Global Economics		5			50 / 90 / 5	L, P, T, BC	WT	3%
10.1	Business Fundamentals								
10.2	International Finance and Risk Management								
10.3	Commercial and Company Law for International Marketing & Sales								
11	Business Development		5			50 / 90 / 5	L, P, T, BC	TP	3%
11.1	New Business Development								
11.2	Mergers & Acquisitions								
11.3	Post Merger Integration								
12	A Service Dominant Logic for Corporate Development		5			42 / 98 / 5	L, P, T, BC	TP	3%

13	Leadership and Management			5	50 / 90 / 5	L, P, T, BC	OE or P	3%
13.1	Methods for Professional Management							
13.2	Leadership Skills							
14	International Business Behaviour			5	42 / 96 / 5	L, P, T, BC	TP or WT	3%
14.1	International Business Culture							
14.2	Business Ethics and Corporate Governance							
15	Driving Performance In Marketing and Sales			5	42 / 96 / 5	L, P, T, BC	P or OE	3%
15.1	Project Management In Marketing and Sales							
15.2	Innovation and Change Management							
Sales, Service and Relationship								
16	Sales and Service Strategy			5	50 / 90 / 5	L, P, T, BC	TP	3%
17	Global Account and Customer Relationship Mgt.			5	42 / 96 / 5	L, P, T, BC	WT or TP	3%
18	Sales Excellence			5	50 / 90 / 5	L, P, T, BC	TP or WT or P	3%
18.1	Sales Process Optimization							
18.2	Solution Selling							
Specialties and Strategic Integration								
19	Specialisation			5	42 / 96 / 5	L, P, T, BC	WT or OE or P	3%
19.1	Functions							
19.1.1	Event Marketing							
19.1.2	Neuro Marketing							
19.1.3	Social Media Marketing							
19.1.4	Internal Marketing (Shared Services Marketing)							
19.1.5	...							
19.2	Sectors							
19.2.1	Sports Marketing							
19.2.2	NPO Marketing							
19.2.3	International Retail Management							
19.2.4	...							
19.3	Regions							
19.3.1	Business in US							
19.3.2	Business in India							
19.3.3	...							
20	Integrated Market and Customer Management			5	50 / 90 / 5	L, P, T, BC	P or OE	3%
Master Thesis				20	0 / 560 / 20		Master Thesis	40%
								100%
Credit Points/ Semester								
SUMME Semesterstunden	284	268	276	92	920			
SUMME Workload (WL)	840	840	840	840	3.360			
WL-Stunden pro Jahr	1.680	1.680	1.680	1.680	3.360			

L = Lecture
 P = Practical Exercises
 T = Team/Group Work
 BC = Business Cases/
 Case Studies
 OE = Oral Examination
 P = Presentation
 TP = Term Paper
 WT = Written Test

Curriculumsübersicht:
M.A. International Marketing, Sales and Relation Management (Teilzeit)

Modul-Nr.	Veranstaltungsbezeichnung	Semester					Gesamt Contact hours / Selbststudium / Credit-Points	Veranstaltungsform z.B. Vorlesung, Seminar	Prüfungseleistungen im Zeitäquivalent von 1 h = 60 Min	Gewicht für Gesamtnote
		1.	2.	3.	4.	5./6.				
	Propädeutik	0					4 / 25 / 0			
Marketing, Services and Relationship										
1	International Marketing Research	5					50 / 90 / 5	TP	3%	
1.1	Customer Behaviour									
1.2	Business Intelligence									
2	Global Marketing and Sales Strategy	5					42 / 98 / 5	L, P, T, BC	OE or WT	3%
3	Brand, Product- and Services Management	5					50 / 90 / 5	L, P, T, BC	OE or WT	3%
3.1	Brand Management									
3.2	Product- and Services Management									
4	Sales Distribution and Pricing	5					42 / 98 / 5	L, P, T, BC	WT	3%
4.1	Sales Distribution									
4.2	Pricing									
5	Classic Communication Management		5				50 / 90 / 5	L, P, T, BC	WT	3%
6	New Media Communication Management		5				50 / 90 / 5	L, P, T, BC	WT	3%
7	Customer Touch Point Management		5				42 / 98 / 5	L, P, T, BC	P	3%
7.1	People Behaviour									
7.2	Design of Servicescapes									
8	Value Chain Management		5				42 / 98 / 5	L	WT	3%
8.1	Processes									
8.2	IT and E-Commerce									
9	Controlling and Quality Management		5				42 / 98 / 5	L, P, T, BC	WT	3%
9.1	Marketing and Sales Controlling									
9.2	Quality and Claim Management									
International Business Management and Skills										
10	Global Economics			5			50 / 90 / 5	L, P, T, BC	WT	3%
10.1	Business Fundamentals									
10.2	International Finance and Risk Management									
10.3	Commercial and Company Law for International Marketing & Sales									
11	Business Development			5			50 / 90 / 5	L, P, T, BC	TP	3%
11.1	New Business Development									
11.2	Mergers & Acquisitions									
11.3	Post Merger Integration									
12	A Service Dominant Logic for Corporate Development			5			42 / 98 / 5	L, P, T, BC	TP	3%

13	Leadership and Management			5		50 / 90 / 5	L, P, T, BC	OE or P	3%	
13.1	Methods for Professional Management									
13.2	Leadership Skills									
14	International Business Behaviour			5		42 / 98 / 5	L, P, T, BC	TP or WT	3%	
14.1	International Business Culture									
14.2	Business Ethics and Corporate Governance									
15	Driving Performance in Marketing and Sales			5		42 / 98 / 5	L, P, T, BC	P or OE	3%	
15.1	Project Management in Marketing and Sales									
15.2	Innovation and Change Management									
Sales, Service and Relationship										
16	Sales and Service Strategy			5		50 / 90 / 5	L, P, T, BC	TP	3%	
17	Global Account and Customer Relationship Mgt.			5		42 / 98 / 5	L, P, T, BC	WT or TP	3%	
18	Sales Excellence			5		50 / 90 / 5	L, P, T, BC	TP or WT or P	3%	
18.1	Sales Process Optimization									
18.2	Solution Selling									
Specialties and Strategic Integration										
19	Specialisation			5		42 / 98 / 5	L, P, T, BC	WT or OE or P	3%	
19.1	Functions									
19.1.1	Event Marketing									
19.1.2	Neuro Marketing									
19.1.3	Social Media Marketing									
19.1.4	Internal Marketing (Shared Services Marketing)									
19.1.5	...									
19.2	Sectors									
19.2.1	Sports Marketing									
19.2.2	NPO Marketing									
19.2.3	International Retail Management									
19.2.4	...									
19.3	Regions									
19.3.1	Business in US									
19.3.2	Business in India									
19.3.3	...									
20	Integrated Market and Customer Management			5		50 / 90 / 5	L, P, T, BC	P or OE	3%	
Master Thesis					20	0 / 560 / 20		Master Thesis	40%	
									100%	
Credit Points/ Semester										
SUMME Semesterstunden				184	226	234	184	92	120	320
SUMME Workload (WL)				560	700	700	560	840	3.360	
WL-Stunden pro Jahr				1.260	1.260	840	840	3.360		

L = Lecture
 P = Practical Exercises
 T = Team/Group Work
 BC = Business Cases/
 OE = Oral Examination
 P = Presentation
 TP = Term Paper
 Case Studies WT = Written Test

Das betriebswirtschaftliche Studium in den Fachgebieten Marketing und Sales erfordert es, zur Zielerreichung zahlreiche Beispiele und Case Studies zu behandeln und das Gespräch unter den Studierenden zu fördern. Themen der Module werden durchgehend so aufbereitet, dass der Lerntransfer in die Praxis der Teilnehmer gesichert ist. Referate von Gastreferenten aus der Praxis und Exkursionen fördern zusätzlich die Verknüpfung von Theorie und Praxis.

In den Modulen 1 (International Marketing Research) und 14 (International Business Behaviour) werden sozialwissenschaftliche und sozio-kulturelle Themen behandelt. Volkswirtschaftliche Aspekte internationalen Arbeitens werden im Modul 10 (Global Economics) bearbeitet. Weitere Themengebiete wie Wirtschaftsethik, Post Merger Integration oder Neuro Marketing bieten den Studierenden die Möglichkeit, sich in Menschen aus anderen Kulturen hineinzuversetzen. Die Professoren und Lehrbeauftragten der ISS kommen darüber hinaus aus unterschiedlichen Disziplinen wie BWL, VWL, sozialwissenschaftlichen Fächern, Ingenieurwesen, Rechtswissenschaften und Human Resources.

Die wissenschafts- und forschungsorientierte Lehre der ISS wird in den jährlichen Forschungsberichten der ISS dokumentiert. Sie kommt auch in den Literaturangaben zu den Modulen zum Ausdruck. Die ISS führt neben der Lehre Forschungsvorhaben durch und bietet für Wirtschaftsunternehmen Professional Programms und Consulting-Leistungen an. Neben der Lehre stellt Forschung und Entwicklung ein wichtiges Betätigungsfeld der ISS dar. Die Hochschule legt eine Liste mit Beschreibungen von acht Forschungsprojekten vor, an denen sie sich gegenwärtig beteiligt.

Die Anforderungen an die Master-Thesis sind in der Studien- und Prüfungsordnung § 12 spezifiziert. Festgelegt sind Art und Thematik, Methodik, Anforderungen, Zulassungen und Beurteilungen, Bearbeitungsdauer und Themenumfang.

Ergebnisse von Master-Thesen wurden schon von Unternehmen implementiert.

Bewertung:

Das Curriculum trägt den Zielen des Studienganges angemessen Rechnung, und die Module sind inhaltlich ausgewogen angelegt. Ihre Reihenfolge und Anordnung ist überwiegend nicht festgelegt, die Hochschule hat dies jedoch aus Sicht der Gutachter im Wesentlichen ausreichend begründet.

Neben dem Propädeutikum vermittelt insbesondere auch das Modul 20 den integrierenden ganzheitlichen Ansatz des Studienganges. Den Studierenden wird daher von der Hochschule empfohlen, dieses Modul erst zu belegen, wenn sie ca. 50% der Studienleistung absolviert haben. Die Akkreditierung wird mit der **Auflage** verbunden, festzulegen, welche der Module mindestens absolviert sein sollten, damit Modul 20 erfolgreich absolviert werden kann bzw. damit die Kernmodule, deren Inhalte im Modul 20 vorausgesetzt werden, von den Studierenden vorher absolviert sind.

Die Gutachter stellen fest, dass die Module auf Qualifikations- und Kompetenzentwicklung ausgerichtet sind und dass der Studiengang der Outcome-Orientierung entspricht.

Die Gutachter regen an, neben den heute dominierenden klassisch geprägten Wissenschaftsauffassungen (insbes. Kritischer Rationalismus bzw. Falsifikationismus) auch modernere Auffassungen wie des Radikalen Konstruktivismus bzw. der Selbstorganisationsforschung in den entsprechenden Modulen zu berücksichtigen. Gerade in einer Welt, die immer weniger von stabilen Märkten und rationalen und konsistenten Verhalten der Marktteilnehmer geprägt ist, ist die Einbeziehung alternativer Erklärungsansätze in Marketing und Sales im Umgang mit Komplexität durch das Management fruchtbar. Des Weiteren empfehlen die Gutachter,

- in den Kernfächern den Erwerb der Fähigkeit zum eigenständigen und wissenschaftlichen Arbeiten, der Inhalt des Bachelor-Studienganges ist, auch auf Master-Niveau stärker zu betonen (wenn auch nicht notwendigerweise durch ein explizites Modul),
- die Themen Sales Management bzw. Sales Force Management, Sales Strategy, Sales Excellence, Solution Selling plastischer darzustellen und explizit als Module ins Curriculum aufzunehmen, in denen es also u.a. um Verkaufsorganisation, Verkaufstraining und Außendienststeuerung geht.

Insgesamt jedoch deckt das Angebot an Kernfächern die erforderlichen Inhalte zur Erreichung der angestrebten Qualifikations- und Kompetenzziele ab. Die im Studiengang vorgesehenen Wahlpflichtfächer ermöglichen zusätzlichen, auf das Studiengangsziel ausgerichteten Qualifikations- und Kompetenzerwerb. Siehe auch die Anmerkungen der Gutachter zu den Wahlpflichtfächern im vorausgehenden Kapitel 3.1. Freiwillige Wahlmöglichkeiten, für die keine CP vergeben werden, sind im Studiengang nicht vorgesehen.

Die von der Hochschule vorgesehenen Praxiselemente (Praxis-Beispiele, Case Studies, Gastreferenten, Exkursionen) gewährleisten aus der Sicht der Gutachter eine angemessene Verknüpfung von Theorie und Praxis. Sie begrüßen die Absicht der Hochschule, für den Vollzeit-Studiengang Auslandspraktika anzubieten.

Durch die von der Hochschule angebotenen Module 1, 10, 14 und generell durch die Integration von Elementen aus den Fächern BWL und Psychologie im vorliegenden Studiengang fördert dieser aus Sicht der Gutachter interdisziplinäres Denken in ausreichendem Ausmaß.

Ein explizites Modul zu wissenschaftlichem Arbeiten wird, mit Ausnahme der Abschlussarbeit selbst, nicht angeboten. Methodenkompetenz zur Vorbereitung auf die Erstellung der Abschlussarbeit ist einer der Inhalte des Moduls 20 und in der Modulbeschreibung als Lernziel

ausgewiesen. Die Gutachter sind somit der Auffassung, dass Methodenkompetenz und die Befähigung zu wissenschaftlichem Arbeiten im Studiengang in noch ausreichendem Ausmaß vermittelt werden. Sie regen an, Ergebnisse aus Master-Abschlussarbeiten zu publizieren bzw. die Studierenden hierbei aktiv zu unterstützen.

Die Gutachter sind von den zahlreichen Forschungsprojekten, an denen sich die Hochschule beteiligt, beeindruckt und erwarten, dass diese sich im Studiengang positiv auswirken. Der Nachweis von wissenschaftsbasierter Lehre im Studiengang ist erbracht.

Die Prüfungsleistungen sind integrativ angelegt. Von der Hochschule wurden frühere Prüfungsleistungen aus ähnlichen Studiengängen vorgelegt. Die Gutachter erwarten, dass auch im vorliegenden Studiengang die Prüfungsleistungen auf die Learning Outcomes des Moduls abgestimmt und die Anforderungen dem Qualifikationsniveau entsprechen werden.

Die Gutachter empfehlen, die Anforderungen an die Master-Abschlussarbeit und insbesondere die Kriterien für ihre Bewertung transparenter zu beschreiben und konsistenter zu machen, insbesondere deshalb, weil diese in der Abschlussnote mit 40%, d.h. überproportional zur Anzahl der erworbenen CP, gewichtet ist. Befragte Studierende unterstützen diese Empfehlung.

Die Hochschule legt eine Thesis aus einem ähnlichen Master-Studiengang vor. Sie führt aus, dass alle Master-Thesen in Zusammenarbeit mit Unternehmen angefertigt werden. Die Studierenden melden ein Thema an und stellen es in einem Exposé vor. Die Gutachter empfehlen, vorgeschlagene Themen nicht nur vom Studiengangsleiter, sondern durch ein Team genehmigen zu lassen.

Insgesamt sind die Abschlussarbeiten auf die Studieninhalte und Qualifikationsziele abgestimmt, und die Anforderungen entsprechen dem Qualifikationsniveau.

		Exzellent	Qualitätsanforderung übertroffen	Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	n.b. ¹ n.r. ²
3.2	Inhalte			X		
3.2.1*	Logik und konzeptionelle Geschlossenheit des Curriculums			Auflage		
3.2.2	Fachliche Angebote in Kernfächern			X		
3.2.3	Fachliche Angebote in Spezialisierungen (Wahlpflichtfächer)			X		
3.2.4	Fachliche Angebote in den Wahlmöglichkeiten der Studierenden (falls zutreffend)					n.r.
3.2.5	Integration von Theorie und Praxis			X		
3.2.6	Interdisziplinarität			X		
3.2.7	Methoden und wissenschaftliches Arbeiten			X		
3.2.8	Wissenschaftsbasierte Lehre			X		
3.2.9	Prüfungsleistungen			X		
3.2.10	Abschlussarbeit			X		

¹ n.b. = nicht beobachtbar

² n.r. = nicht relevant

3.3 Überfachliche Qualifikationen

Zur Persönlichkeitsbildung und zum zivilgesellschaftlichen Engagement wird in den Modulen 13 (Leadership and Management) beigetragen und in gewissem Ausmaß auch in Modul 14 (Customer touchpoint mgmt / people behaviour) beigetragen.

Orientierungswissen, das über konkrete tägliche Aufgabenstellungen in der Berufspraxis von Marketing- und Sales-Mitarbeitern hinausgeht, wird u.a. bei der Vermittlung volkswirtschaftlicher Interdependenzen und dem Thema Wirtschaftsethik vermittelt. Die persönliche Einstellung und Meinungsbildung werden hierbei insbesondere angesprochen, wie es aber auch in den Themengebieten „Intercultural Management“, „Post Merger Integration“ und „Consumer Behaviour“ geschieht.

Die Themen Wirtschaftsethik und Corporate Governance werden explizit in dem Modul 14 „International Business Behaviour“ behandelt.

Die Themen „Management and Leadership“ werden explizit im Modul 13 behandelt. Ergänzend führen Themen der Module 15 (Driving Performance in Marketing und Sales) sowie 11 (Business Development) zur Herausbildung von Führungskompetenzen bei den Studierenden.

Der Master-Studiengang befasst sich im Kern mit dem Management von Marketing-, Sales- und Vertriebs-Prozessen für Dienstleistungen und Produkte bzw. hybride Lösungen, die häufig im Rahmen von Co-Creation-Prozessen mit Kunden entwickelt werden. Dazu ist der Einsatz bewährter und für diese Aufgabe geeigneter Managementkonzepte und -methoden erforderlich, die in folgenden Modulen behandelt werden:

Modul 13	Leadership and Management,
Modul 11	Business Development,
Modul 2	Global Marketing and Sales Strategy,
Modul 16	Sales and Service Strategy,
Modul 15	Driving Performance in Marketing and Sales.

Kommunikationsverhalten und Rhetorik werden insbesondere in folgenden Modulen behandelt:

Modul 13	Leadership and Management,
Modul 14	International Business Behaviour,
Modul 15	Driving Performance in Marketing and Sales,
Modul 7	Customer Touch Point Management,
Modul 18	Sales Excellence.

Das Thema Kooperations- und Konfliktfähigkeit wird im Wesentlichen in folgenden Modulen thematisiert:

Modul 2	Global Marketing and Sales Strategy,
Modul 16	Sales and Service Strategy,
Modul 11	Business Development.

Hinweise für Konfliktlösungsstrategien werden vor allem in folgenden Modulen gegeben:

Modul 13	Leadership and Management,
Modul 14	International Business Behaviour,
Modul 15	Driving Performance in Marketing and Sales.

Bewertung:

Konflikt-Management, Rhetorik, Persönlichkeitsentwicklung (inklusive Persönlichkeitstest) werden (überwiegend im Modul 20) behandelt, aber die Gutachter empfehlen,

- diese Themen plastischer darzustellen,
- Planspiele oder Simulationen zusammen mit anderen Hochschulen zu organisieren,
- im Erwerb fachübergreifender Kompetenzen die Praxis-Anteile plastischer herausstellen.

Kompetenzerwerb für forschungsorientierte Aufgaben ist nur bedingt relevant für einen nicht in erster Linie forschungsorientierten Studiengang. Die Vorbereitung auf anwendungsorientierte Aufgaben ist im Studiengang gewährleistet. Die Gutachter erkennen an, dass Module Themen wie Volkswirtschaftslehre, Wirtschaftsethik, Interkulturelles Management, Post Merger Integration, People Behaviour behandeln, sodass im Studiengang auch "Orientierungswissen" vermittelt wird.

Im Modul 14 werden ethische Aspekte explizit behandelt. Die Vermittlung führungsrelevanter Kompetenzen wird in den Modulen 13, aber auch 14 gewährleistet. In insgesamt fünf Modulen werden fünf Management-Konzepte vorgestellt und behandelt. Es gibt kein explizites Rhetorik-Modul, aber Gruppenarbeiten und Präsentationen sind häufige Prüfungsleistungen. Kommunikationsfähigkeit und Rhetorik werden implizit in fünf Modulen behandelt. Kooperations- und Konfliktfähigkeit werden in sechs Modulen behandelt. Persönlichkeitsbildung und Befähigung zu zivilgesellschaftlichem Engagement werden in ausreichendem Maße implizit in verschiedenen Modulen behandelt.

	Exzellent	Qualitätsanforderung übertroffen	Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	n.b. ¹ n.r. ²
3.3 Überfachliche Qualifikationen			X		
3.3.1 Kompetenzerwerb für anwendungs- und/oder forschungsorientierte Aufgaben (nur bei Master-Studiengang)			X		
3.3.2 Bildung und Ausbildung			X		
3.3.3 Ethische Aspekte			X		
3.3.4 Führungskompetenz			X		
3.3.5 Managementkonzepte			X		
3.3.6 Kommunikationsfähigkeit und Rhetorik			X		
3.3.7 Kooperations- und Konfliktfähigkeit			X		

3.4 Didaktik und Methodik

Das didaktische Konzept des Programms beruht auf einem seminaristischen Vorlesungsstil mit forschendem Lernen und Kleingruppenarbeit, Übungen, Case Studies, Projektarbeit zu Fragen aus dem beruflichen Umfeld der Studierenden inklusive Präsentation. Die maximale Anfängerzahl je Programmkohorte beträgt 25 Teilnehmer. Teilnehmer können Fragen aus ihrer beruflichen Tätigkeit einfließen lassen. Übungen und Fallbeispiele werden in Gruppenarbeit mit anschließender Präsentation der Ergebnisse durchgeführt. E-Learning bzw. Online-Learning und Webinare werden eingesetzt, Lehrveranstaltungen werden aufgezeichnet.

Zu jeder Veranstaltung gibt es begleitendes Lehrmaterial in Printform oder online. Die Handbibliothek umfasst die gesamte in den Course Syllabi aufgeführte Literatur in mehrfacher Ausführung.

Gastreferenten (z.B. Mitglieder des TEP-Programs) referieren zu speziellen Themen. Soweit mit dem Curriculum vereinbar, werden auch Exkursionen angeboten.

¹ n.b. = nicht beobachtbar

² n.r. = nicht relevant

In bereits laufenden Studiengängen wird die Tätigkeit der Tutoren während der Übungen und Case Studies ersetzt durch die persönliche Anwesenheit der Dozenten und Professoren. Diese sind auch über E-Mail jederzeit für Rückfragen erreichbar. In Verbindung mit der geringen Teilnehmerzahl je Kurs erübrigt sich der Einsatz von Tutoren.

Im Einzelfall kann es zum Einsatz von Tutoren kommen, die in enger Abstimmung mit dem Lehrplan Themen mit den Studierenden erarbeiten.

Bewertung:

Fallstudien und Praxisprojekte sind Bestandteil des Studienangebotes. Die Anforderungen entsprechen dem Studiengangsziel. Explizite Praxisphasen sind geplant, aber zurzeit noch nicht im Curriculum verankert.

Lehrveranstaltungsmaterialien werden von der Hochschule zurzeit im Allgemeinen noch nicht online zur Verfügung gestellt, sondern den Studierenden individuell zu Beginn jeder Veranstaltung zugesandt. Studierende haben in Eigeninitiative hierfür eine Online-Plattform erstellt. Die Lehrveranstaltungsmaterialien entsprechen in quantitativer und qualitativer Hinsicht dem zu fordernden Niveau und sind auf aktuellem Stand.

Gastreferenten werden im Verlauf des Studienganges eingeladen und bringen besondere Erfahrungen in den Lehrbetrieb ein. Des Weiteren werden von der Hochschule Exkursionen organisiert.

Aufgrund der anfangs noch geringen Anzahl von Studierenden sollen die Aufgaben von Tutoren zunächst noch von den Dozenten wahrgenommen werden. Die Gutachter sind hiermit einverstanden.

Das didaktische Konzept des Studienganges ist beschrieben, logisch nachvollziehbar und auf das Studiengangsziel hin ausgerichtet.

		Exzellent	Qualitätsanforderung übertroffen	Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	n.b. ¹ n.r. ²
3.4	Didaktik und Methodik			X		
3.4.1	Logik und Nachvollziehbarkeit des didaktischen Konzeptes			X		
3.4.2	Methodenvielfalt			X		
3.4.3	Fallstudien / Praxisprojekt			X		
3.4.4	Begleitende Lehrveranstaltungsmaterialien			X		
3.4.5	Gastreferenten			X		
3.4.6	Tutoren im Lehrbetrieb					n.b.

3.5 Berufsbefähigung

Die Berufsbefähigung der Studierenden wird durch den Einsatz von geeigneten Praktikern aus Industrie und Dienstleistung als Dozenten erreicht. Fallstudien behandeln Themen aus dem Berufsfeld der Studierenden. Diese Fallbeispiele und die zum Teil vorliegende Berufserfahrung der Studierenden gewährleisten ebenfalls die Berufsbefähigung der Absolventen.

¹ n.b. = nicht beobachtbar

² n.r. = nicht relevant

Bewertung:

Berufsbefähigung zieht sich als „roter Faden“ des Studienganges erkennbar durch alle Studienabschnitte. Eine Stärke des Studienganges ist seine Praxisnähe. Die Gutachter sind der Auffassung, dass Absolventen des Studienganges in einem wachsenden Arbeitsmarktsegment in einem breiten Spektrum von Berufstätigkeiten einsetzbar sind. Der Studiengang ist damit auf die Anforderungen des Arbeitsmarktes ausgerichtet.

	Exzellent	Qualitätsanforderung übertrifft	Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	n.b. ¹ n.r. ²
3.5* Berufsbefähigung			X		

4 Ressourcen und Dienstleistungen

4.1 Lehrpersonal des Studienganges

Die Lehre an der ISS wird zurzeit durch 3 Professoren erbracht, wobei eine weitere ab 2. Halbjahr 2012 zur Verfügung stehen wird. Drei Professoren sind auf Basis fester Verträge an der ISS langfristig tätig. Zwei weitere Professuren werden demnächst noch ausgeschrieben werden. Außerdem sind weitere Professoren, Wissenschaftler und Dozenten aus der Wirtschaft als Lehrbeauftragte an der ISS tätig: Fünf Dozenten anderer Hochschulen und drei Praktiker mit akademischem Hintergrund. Alle Dozenten erfüllen die formalen Voraussetzungen nach Punkt 6.1 des Statuts der ISS (Qualifikationsniveau). In den Modulbeschreibungen sind die geplanten Dozenten und Professoren ausgewiesen.

Im vorläufigen Endausbau beabsichtigt die ISS, vier Studiengänge im allgemeinen Bereich des Service Managements anzubieten und acht hauptberuflich tätige Professoren zu beschäftigen.

Es ist Aufgabe der Studiengangsleitung, für die Gewinnung von qualifiziertem Lehrpersonal zu sorgen. Die wissenschaftliche Qualifikation des Lehrpersonals ergibt sich entweder aus § 15 HmbHG für die Professoren oder aus ihrer Tätigkeit als wissenschaftliche Mitarbeiter an einer wissenschaftlichen Hochschule oder aus der Vita des betreffenden Dozenten. Die Praktiker verfügen über einen akademischen Hintergrund, sind in leitender Tätigkeit in der Wirtschaft aktiv und besitzen besondere Kenntnisse in der praktischen Anwendung wissenschaftlicher Methoden.

Die pädagogische Qualifikation des Lehrpersonals ergibt sich aus den gesetzlichen Einstellungsvoraussetzungen für Professoren (§ 15 HmbHG). Die Berufungsleitlinien legen für Dozenten fest, dass Dozenten Erfahrungen in der Lehre nachweisen müssen, um einen Lehrauftrag erhalten zu können. Die pädagogische Eignung ist der Vita des betreffenden Dozenten zu entnehmen. Durch die Lehrveranstaltungsevaluation wird fortlaufend überprüft, wie zufrieden die Studierenden mit den Lehrveranstaltungen sind. Diese Daten werden genutzt, um Rückschlüsse auf die pädagogische und didaktische Eignung der Hochschullehrer zu gewinnen. Im Übrigen ermöglicht die Hochschule dem Lehrpersonal die Teilnahme an weiterqualifizierenden Trainingsmaßnahmen zur didaktischen und pädagogischen Fortbildung.

¹ n.b. = nicht beobachtbar

² n.r. = nicht relevant

Die Professoren der ISS sind über Corporate Projects, Lehraufträge an anderen Business Schools und nebenberufliche Aufgaben permanent in Praxisaufgaben eingebunden. Die Praktiker mit akademischem Hintergrund besitzen per beruflicher Aufgabenstellung einschlägige Praxiskenntnisse.

In der ISS finden in jedem Semester Sitzungen des Hochschulsenats statt, in dem alle Mitglieder der Hochschule vertreten sind. Weiter finden in unregelmäßiger Folge Strategy Workshops statt, an denen alle Professoren und alle Vertreter der ISS teilnehmen. Die Ergebnisse dieser Zusammenkünfte können den betreffenden Protokollen entnommen werden. Seit Herbst 2011 finden Sitzungen statt, in denen die Forschungsstrategie und deren Umsetzung abgestimmt wird.

In jedem Studienblock findet eine Kurzbesprechung des Studiendekans mit den Studierenden statt. Das Student's Office vereinbart bei Bedarf Gesprächstermine mit den zuständigen Professoren.

Bewertung:

Die Hochschule hat ein Verzeichnis der Professoren und Lehrbeauftragten sowie eine Lehrverflechtungsmatrix vorgelegt.

Es ist Aufgabe der Studiengangsleitung, für die Gewinnung qualifizierter Dozenten zu sorgen. Insgesamt korrespondieren die geplante Struktur und die geplante Anzahl des Lehrpersonals mit den Anforderungen des Studienganges. Die Lehrverflechtungsmatrix lässt erkennen, dass die geplante Kapazität für diesen Studiengang ausreichen wird. Ob sie jedoch aktuell den nationalen Vorgaben entspricht, wird zurzeit in Gesprächen zwischen der Hochschule und dem Hochschulamt geprüft.

Laut dem von der Hochschule ebenfalls vorgelegten Anerkennungsbescheid der Stadt Hamburg ist die Hochschule verpflichtet, für jeden Studiengang zumindest zwei hauptberuflich tätige berufungsfähige Hochschullehrer einzustellen und sicherzustellen, dass der überwiegende Teil des notwendigen Lehrangebotes in allen Studiengängen jeweils von hauptberuflich tätigen Professoren erbracht wird.

(Anm.: für den bereits laufenden Studiengang "Service Management" hat die Stadt Hamburg verfügt, dass im ersten Jahr je eine Vollzeitbeschäftigte und zwei zur Hälfte hauptberuflich tätige Lehrkräfte ausreichen.)

Nach Darlegung der Hochschule wird laut Lehrverflechtungsmatrix eine Quote von 63% hauptamtlichen Professoren unter Einbeziehung zweier noch zu benennender Professoren ("N.N.") erreicht, die 10% bzw. 8% zur Quote der Hauptberuflichen beitragen. Die öffentliche Ausschreibung dieser beiden war laut eingereicherter Selbstdokumentation für September 2011 vorgesehen, hat aber nach Aussage der Hochschule noch nicht stattgefunden. Die Ausschreibungen sind noch in Vorbereitung. Die Stellen sollen zum Frühjahr 2012 besetzt werden. Außerdem wird zur Quotenerfüllung eine Professorin genannt, die mit 21% zur Quotenerfüllung beiträgt, die jedoch erst ab dem 2. Halbjahr 2012 verfügbar sein wird. Somit sind zu Beginn des Studienganges faktisch nur drei Professoren (von insgesamt 8 benötigten) verfügbar.

Zur Schließung der o.g. Lücken stehen drei Professoren zur Verfügung, die jedoch auch in anderen Studiengängen lehren und von denen zumindest einer einem privaten Hauptberuf nachgeht. Die Hochschule räumt ein, dass noch nicht alle Professoren eingestellt sind, die für die Durchführung des Studienganges, inklusive der vorgesehenen 460 Kontaktstunden pro Studierenden-Kohorte (über den gesamten Studiengang) benötigt werden, und dass insbesondere der Studiengangsleiter bisher noch nicht benannt ist. Die Studiengangsleitung wird kommissarisch von einem der drei o.g. "lückenschließenden" Professoren wahrgenom-

men. Der wichtigste von diesen wird erstmalig im Januar 2012 vier Tage und danach im März verfügbar sein.

Die Akkreditierung wird daher mit der **Auflage** verbunden, drei für den Studiengang benötigten Professorenstellen (d.h. die o.g. beiden auszuschreibenden Stellen "N.N." sowie die weitere identifizierte, aber zurzeit noch nicht verfügbare Professorin) zu besetzen und nachzuweisen, dass diese ihre eindeutig hauptamtliche Tätigkeit an der ISS rechtzeitig aufzunehmen in der Lage sind.

Die wissenschaftliche Qualifikation des Lehrpersonals entspricht den nationalen Vorgaben.

Durch die Berufungsbestimmungen für Hochschullehrer ist deren pädagogische und didaktische Qualifikation gewährleistet. Eine laufende Kontrolle erfolgt zudem durch die Evaluation der Lehrveranstaltungen durch die Studierenden. Die Hochschule bietet die Teilnahme an Fortbildungsveranstaltungen an.

Wie aus den eingereichten Lebensläufen zu entnehmen war, verfügt das schon vorhandene Lehrpersonal, über überdurchschnittliche Praxiserfahrung. Dies wurde auch von den befragten Studierenden bestätigt.

Die Studierenden sind mit einem Studentensprecher im Senat vertreten. Insgesamt sind die interne Kooperation und die Koordination zur Abstimmung der Module gewährleistet, und es finden regelmäßig Besprechungen aller im Studiengang lehrenden Hochschullehrer statt.

Die Betreuung der Studierenden durch das Lehrpersonal der Studierenden ist fester Bestandteil der Dienstleistung des Lehrpersonals und wird regelmäßig angeboten. Sie wird von den Studierenden generell als sehr gut eingeschätzt. Dies gilt für den gesamten Studiengang mit Ausnahme der Zeit, in der die Abschlussarbeit erstellt wurde. Die Gutachter empfehlen daher, eine ausreichende Betreuung der Studierenden speziell während der Anfertigung der Abschlussarbeit sicherzustellen.

		Exzellent	Qualitätsanforderung übertroffen	Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	n.b. ¹ n.r. ²
4.	Ressourcen und Dienstleistungen					
4.1	Lehrpersonal des Studienganges			X		
4.1.1*	Struktur und Anzahl des Lehrpersonals in Bezug auf die curricularen Anforderungen			Auflage		
4.1.2*	Wissenschaftliche Qualifikation des Lehrpersonals			X		
4.1.3	Pädagogische / didaktische Qualifikation des Lehrpersonals			X		
4.1.4	Praxiskenntnisse des Lehrpersonals		X			
4.1.5	Interne Kooperation			X		
4.1.6	Betreuung der Studierenden durch Lehrpersonal			X		

4.2 Studiengangsmanagement

Verantwortlich für das Management des Studienbetriebes ist der Studiendekan des betreffenden Studienganges. Bei Fragen und Maßnahmen, die mehrere Studiengänge betreffen,

¹ n.b. = nicht beobachtbar

² n.r. = nicht relevant

muss die Hochschulleitung eingeschaltet werden. Bei wichtigen Entscheidungen wird eine Studiengangversammlung einberufen, in der die betreffenden Mitarbeiter und die Studierenden vertreten sind.

Kommunikationsmaßnahmen für die einzelnen Studiengänge laufen über die zentralen Abteilungen "Marketing Services" und "Presse- und Öffentlichkeitsarbeit".

Aufgaben der Studiengangsleitung (Studiendekan) sind:

- Erstellung des Veranstaltungsplans,
- Festlegung der Studienblöcke,
- Feinabstimmung mit dem Lehrpersonal,
- fachliche Abstimmung bei Dozentenkonferenzen,
- ggf. Koordination der Vorlesungsblöcke an ausländischen Partnerhochschulen,
- Evaluation der einzelnen Lehrveranstaltungen.

Die Aufgaben des Studiendekans und seine Verantwortlichkeit sind im Statut der ISS festgelegt.

Studierende und Lehrpersonal werden durch folgende Einrichtungen unterstützt:

- das akademische Hochschulmanagement und Student Office. Es ist zuständig für alle Fragen der Studierenden bzgl. Lehre und Prüfungen, Unterbringung, Lehrmaterial. Es bietet einen Schreibdienst sowie Termin- und Reiseorganisation für das Lehrpersonal.
- die Bibliothek, mit Bibliotheksverwaltung, Literaturbeschaffung für Studierende und Beschaffung der Präsenzliteratur entsprechend Course Syllabi für Lehrpersonal.
- die Studienberatung
- das Career Center zur Betreuung der Studieninteressierten und für die Koordination des TEP-Programms.
- die Marketing Services.

Die ISS wird von einem Wissenschaftlichen Beirat beraten. Die Aufgabenbeschreibung und die Befugnisse sind im Statut der ISS festgelegt. Mitglieder des Beirats sind Vertreter interessierter Unternehmen und Verbände sowie Privatpersonen. Sie leisten finanzielle Unterstützung der Hochschule und geben dem Hochschulpräsidium Anregungen zur Entwicklung von Forschung und Lehre.

Sichtbar wird diese Förderung u.a. im TEP-Programm (Top Executive Partner), in dem Führungskräfte und Unternehmensvorstände sich treffen und u.a. für den Dialog mit Studierenden zur Verfügung stehen.

Bewertung:

Für das Studiengangs-Management ist der Studiendekan verantwortlich. Die Studiengangsleitung koordiniert die Abläufe mit allen im Studiengang Mitwirkenden und trägt Sorge für einen störungsfreien Ablauf des Studienbetriebes. Sie sorgt für die Weiterentwicklung des Programms und für die Gewinnung der Dozenten. Zur Besetzung der Positionen der Studiengangsleitung siehe Kapitel 4.1.

Die Verwaltungsunterstützung für Studierende und Lehrpersonal geschieht durch das Students' Office, die Bibliothek, die Studienberatung, das Career Center und die Marketing Services. Beratung der Studierenden erfolgt auf Anforderung. Bei Bedarf ermöglicht die Hochschule die Teilnahme an Veranstaltungen zur Weiterqualifizierung des Verwaltungspersonals.

Ein Beratungsgremium (Beirat) ist eingerichtet. Regelungen über die Struktur und Befugnisse bestehen und sind transparent.

		Exzellent	Qualitätsanforderung übertroffen	Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	n.b. ¹ n.r. ²
4.2	Studiengangsmanagement			X		
4.2.1	Ablauforganisation für das Studiengangsmanagement und Entscheidungsprozesse			X		
4.2.2	Studiengangsleitung			X		
4.2.3*	Verwaltungsunterstützung für Studierende und das Lehrpersonal			X		
4.2.4	Beratungsgremium (Beirat) und dessen Struktur und Befugnisse			X		

4.3 Dokumentation des Studienganges

Der Studiengang ist in der Studien- und Prüfungsordnung vollständig dokumentiert. Informationen sind außerdem auf der Website www.iss-hamburg.de zu finden. Die Beratung der Interessenten und Studierenden erfolgt über die Studienberatung bzw. über die Studienfachberatung.

Die Aktivitäten der ISS im laufenden Studienjahr können immer sofort der Website www.iss-hamburg.de entnommen werden. Weiter wird jährlich ein Jahresbericht erstellt

Bewertung:

Studiengang, Studienverlauf und Prüfungen und Anforderungen an die Studierenden hieraus sind dokumentiert und veröffentlicht, und die Studierenden werden fachlich und überfachlich beraten. Es gibt eine Studienberatung, eine Studienfachberatung und die Website www.iss-hamburg.de.

Die Aktivitäten im Studienjahr werden im Jahresbericht dokumentiert und veröffentlicht, siehe www.iss-hamburg.de.

		Exzellent	Qualitätsanforderung übertroffen	Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	n.b. ¹ n.r. ²
4.3	Dokumentation des Studienganges			X		
4.3.1*	Beschreibung des Studienganges			X		
4.3.2	Dokumentation der Aktivitäten im Studienjahr			X		

4.4 Sachausstattung

In der ersten Ausbauphase finden die Lehrveranstaltungen der ISS in den Räumen der MarketingAkademie Hamburg statt. Hier stehen mehrere technisch gut ausgerüstete Seminarräume, eine Bibliothek und eine Cafeteria mit Terrasse zur Verfügung. In der Bibliothek befinden sich zwei Laptop-Arbeitsplätze. W-Lan steht ebenso zur Verfügung wie ein Download-Service von Unterrichtsmaterial für die Studierenden.

¹ n.b. = nicht beobachtbar

² n.r. = nicht relevant

¹ n.b. = nicht beobachtbar

² n.r. = nicht relevant

Die ISS verfügt über eine Handbibliothek, in der u.a. die in den Lehrveranstaltungen zitierte Literatur vorhanden ist und die laufend aktualisiert wird. Es wird auch sogenannte "Graue Literatur" gesammelt (Broschüren, Faltblätter, Firmenschriften etc.), die für den Bereich Service von Interesse sind. Zur Betreuung und Verwaltung der Handbibliothek steht eine Diplom-Bibliothekarin in Teilzeit zur Verfügung. Die Programmteilnehmer haben Zugang zu allen Hochschulbibliotheken in Hamburg, über die auch eine weltweite Online-Suche ermöglicht wird.

Die Öffnungszeiten der Bibliothek (in der Regel von 8h - 20h) entsprechen den Bedürfnissen der Präsenzstudierenden. Anzahl und technische Ausstattung der Hamburger Hochschulbibliotheken entsprechen dem üblichen Hochschulstandard.

Ein Bibliotheksraum steht zur Verfügung, der mit Arbeitsplätzen für bis zu 5 Personen und einer Handbibliothek mit den in den Syllabi angeführten Standardwerken (doppelt) ausgerüstet ist. Es gibt zwei PC-Arbeitsplätze und zwei Leseplätze mit Tisch. Zur Bibliothek der Helmut-Schmidt-Universität (HSU) haben die Studierenden im Rahmen einer Kooperation Zugang.

Bewertung:

Quantität, Qualität und technische Ausstattung der Unterrichtsräume sind ausreichend. Die Räume und Zugänge sind behindertengerecht ausgestattet und barrierefrei erreichbar.

Eine Bibliothek ist vorhanden und ein Entwicklungskonzept für die Bibliothek liegt vor. Literatur, Zeitschriften und digitale Medien sind auf dem aktuellen Stand, und der Zugang ist für den Studiengang ausreichend.

Die Bibliothek ist in der Vorlesungszeit von 8h-20h geöffnet. Da auch andere Bibliotheken genutzt werden können bzw. Zugang zu allen Hochschulbibliotheken in Hamburg möglich ist, erscheint dies den Gutachtern auch für berufsbegleitend Studierende ausreichend. Den Studierenden stehen genügend Bibliotheksarbeitsplätze zur Verfügung, und die technische Ausstattung ist ausreichend.

		Exzellent	Qualitätsanforderung übertroffen	Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	n.b. ¹ n.r. ²
4.4	Sachausstattung			X		
4.4.1*	Quantität, Qualität sowie Media- und IT-Ausstattung der Unterrichtsräume			X		
4.4.2	Zugangsmöglichkeit zur erforderlichen Literatur			X		
4.4.3	Öffnungszeiten der Bibliothek			X		
4.4.4	Anzahl und technische Ausstattung der Bibliotheksarbeitsplätze für Studierende			X		

4.5 Zusätzliche Dienstleistungen

Da die meisten Studierenden berufstätig sind, sind Placement Services und Karriereberatung enge Grenzen gesetzt. Für individuelle Karriereberatungen stehen das Career Center und die Mitglieder des TEP-Programms zur Verfügung.

¹ n.b. = nicht beobachtbar

² n.r. = nicht relevant

Es ist geplant, einen ISS-Alumni-Verein zu gründen. Dies wird relevant, wenn im Jahre 2012 die nächsten ISS-Absolventen die Hochschule verlassen. Das Modul 19 mit Wahlpflicht-Themen eignet sich für Alumnitreffen und -reisen. Ziel dieses Alumni-Vereins wird es sein, die Studierenden und die ISS mit einem internationalen Netzwerk zu unterstützen. In anderen Studiengängen gibt es bereits eine XING-Gruppe für Alumni. Eine Zusammenarbeit mit den Mitgliedern des TEP (Top Executive Partner) Program ist vorgesehen.

Die Betreuung der Studierenden ist im wesentlichen Aufgabe der Studienfachberatung. Im Rahmen dieser Tätigkeit werden erfahrungsgemäß auch persönliche und soziale Fragen der Studierenden mit der Studienfachberatung besprochen. Wegen der überwiegenden Berufstätigkeit der Studierenden wird mit einer umfangreichen Sozialberatung nicht gerechnet.

Bewertung:

Die Gutachter teilen die Sicht der Hochschule, dass Karriereberatung in ausreichendem Maße geleistet wird und für überwiegend bereits berufstätige Studierende in den meisten Fällen nicht erforderlich ist.

Da Alumni-Aktivitäten für andere bereits laufende Studiengänge bestehen, erwarten die Gutachter Ähnliches für den vorliegenden Studiengang.

Für die Sozialberatung der Studierenden gibt es keine Planstelle, und die Betreuung geschieht formal durch die Studienfachberatung. Die allgemeine Betreuung der Studierenden durch das Lehrpersonal und die Verwaltung ist, wie in Kapitel 4.1 und 4.2 beschrieben, gewährleistet. Bei einer allfälligen Re-Akkreditierung und bei ggf. größerer Anzahl von Studierenden sollte dieser Punkt erneut überprüft werden.

	Exzellent	Qualitätsanforderung übertroffen	Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	n.b. ¹ n.r. ²
4.5			X		
4.5.1			X		
4.5.2					n.b.
4.5.3			X		

4.6 Finanzplanung und Finanzierung des Studienganges

Das Ausbauprogramm der ISS wurde mit der Behörde für Wissenschaft und Forschung der Stadt Hamburg vereinbart und ist Bestandteil des Anerkennungsbescheides als staatlich anerkannte Hochschule. Die Finanzplanung des Ausbaus ist in einem Entwicklungs- und Ausbauplan detailliert festgelegt und von einem Wirtschaftsprüfer testiert worden und ist Grundlage für die Bürgschaft der ISS gegenüber der Stadt Hamburg. Für die Einrichtung eines neuen Studienganges legt der Anerkennungsbescheid fest:

- für jeden Studiengang sind mindestens zwei hauptberuflich tätige Professoren einzustellen,
- der überwiegende Teil des Lehrangebotes ist durch hauptberufliche Hochschullehrer wahrzunehmen.

Das Lehrdeputat der Professoren wird durch zwei Kohorten genutzt, 460 Lehrauftragsstunden fallen pro Kohorte eines Studienganges an.

¹ n.b. = nicht beobachtbar

² n.r. = nicht relevant

Die finanzielle Grundausstattung der Hochschule wird durch die Trägergesellschaft gewährleistet. Als Träger der Hochschule fungiert die ISS International Business School of Service Management GmbH. Die Finanzierungssicherheit für die Gesamtdauer des Studienganges ist durch die Bürgschaft gegenüber der Freien und Hansestadt Hamburg sichergestellt.

Bewertung:

Lehrveranstaltungen werden in der Regel nur bei mindestens sieben Teilnehmern durchgeführt. Diese Teilnehmerzahl ist die Basis des Finanzplans. Eine nachvollziehbare Finanzplanung liegt vor. Die finanzielle Grundausstattung ist gesichert. Die Hochschule hat einen Finanzplan und eine Ausfallbürgschaft vorgelegt. Die Gutachter haben sich vergewissert, dass die Finanzierung des Studienganges für den aktuellen Studienzyklus und gesamten Akkreditierungszeitraum gesichert ist.

		Exzellent	Qualitätsanforderung übertroffen	Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	n.b. ¹ n.r. ²
4.6	Finanzplanung und Finanzierung des Studienganges			X		
4.6.1*	Logik und Nachvollziehbarkeit der Finanzplanung			X		
4.6.2	Finanzielle Grundausstattung			X		
4.6.3*	Finanzierungssicherheit für den Studiengang			X		

5 Qualitätssicherung

Die ISS unterhält ein Qualitätssicherungssystem mit dem Ziel, die Weiterentwicklung der ISS am Markt für Fortbildungsangebote zu gewährleisten. Hochschulleitung und Dekane sind für die Qualitätssicherung verantwortlich. Der alle 2 Jahre erstellte Evaluierungsbericht wird dem Wissenschaftlichen Beirat zur Stellungnahme zugeleitet. Dieser überprüft die Wirksamkeit der von der Hochschulleitung durchgeführten Qualitätssicherungsmaßnahmen.

Jede Lehrveranstaltung des M.A. International Marketing, Sales and Relationship Management wird evaluiert.

Der Evaluierungsbericht der Hochschulleitung und die durchgeführten QS-Maßnahmen werden durch den Wissenschaftlichen Beirat kontrolliert.

Bewertung:

Bei der Akkreditierung des ähnlichen Bachelor-Studienganges "Service Management" in der Vollzeit- und in der dualen Variante in den Jahren 2009 und 2010 waren u.a. Schwächen in der Ausdifferenzierung der Qualitätssicherung sowie die fehlende Formulierung von Qualitätszielen bemängelt worden.

Die Hochschule hat ein Qualitätssicherungssystem und eine Evaluierungsordnung vorgelegt, in der die Evaluierung von Lehrveranstaltungen durch Studierende und durch das Lehrpersonal beschrieben ist. Die Verantwortlichkeiten hierfür sind definiert. Nach Aussage der Hochschule besteht das Qualitäts-Management-System weiterhin im Wesentlichen aus Evaluierungen. Schlüsselprozesse sind noch nicht definiert. Als Qualitätsziele wurden "exzellente Lehre" und "exzellente Forschung" benannt. Die Gutachter regen an, diese konkreter zu

¹ n.b. = nicht beobachtbar

² n.r. = nicht relevant

formulieren, eine Basis für Soll-/Ist-Vergleiche zu schaffen und insbesondere die Studiengangsleitung zu beauftragen, das Qualitätsmanagement weiterzuentwickeln und auszudifferenzieren.

Es besteht ein, wenn auch wenig ausdifferenziertes Qualitätssicherungs- und -entwicklungssystem mit definierten Verantwortlichkeiten. Evaluierungen von Lehrveranstaltungen werden systematisch durchgeführt und in einem Evaluierungsbericht der Hochschule zusammengefasst. An der Auswertung der Evaluierungsergebnisse sind Lehrende und Studierende beteiligt.

Nach jedem Modul findet eine Evaluierung der Lehrveranstaltungen durch die Studierenden und Lehrenden nach einem beschriebenen Verfahren statt; die Ergebnisse werden auf Anfrage kommuniziert und finden Eingang in den Prozess der Qualitätsentwicklung.

Eine externe Kontrolle findet durch den Wissenschaftlichen Beirat statt.

		Exzellent	Qualitätsanforderung übertroffen	Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	n.b. n.r. ²
5.	Qualitätssicherung					
5.1	Qualitätssicherung und -entwicklung der Hochschule und das Zusammenwirken zwischen Hochschulleitung und Fakultät/Fachbereich sowie Studiengangsleitung in der Studiengangsentwicklung			X		
5.2*	Qualitätssicherung und -entwicklung des Studienganges in Bezug auf Inhalte, Prozesse und Ergebnisse			X		
5.3	Instrumente der Qualitätssicherung			X		
5.3.1	Evaluation durch Studierende			X		
5.3.2	Qualitätssicherung durch das Lehrpersonal			X		
5.3.3	Fremdevaluation durch Alumni, Arbeitgeber und weitere Dritte			X		

Qualitätsprofil

Hochschule: ISS International Business School of Service Management

Master-Studiengang: International Marketing, Sales and Relationship Management (M.A.)

Beurteilungskriterien	Bewertungsstufen				
	Exzellent	Qualitätsanforderung übertrifft	Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	n.b. ¹ n.r. ²
1. Ziele und Strategie					
1.1. Zielsetzungen des Studienganges			X		
1.1.1 Logik und Nachvollziehbarkeit der Zielsetzung des Studiengangskonzeptes			X		
1.1.2 Begründung der Abschlussbezeichnung			X		
1.1.3 Studiengangprofil (nur relevant für Master-Studiengang in D)			X		
1.1.4 Studiengang und angestrebte Qualifikations- und Kompetenzziele			X		
1.2 Positionierung des Studienganges			X		
1.2.1 Positionierung im Bildungsmarkt			X		
1.2.2 Positionierung im Arbeitsmarkt im Hinblick auf Beschäftigungsrelevanz („Employability“)			X		
1.2.3 Positionierung im strategischen Konzept der Hochschule			X		
1.3 Internationale Ausrichtung			X		
1.3.1 Internationale Ausrichtung der Studiengangskonzeption			X		
1.3.2 Internationalität der Studierenden					n.b.
1.3.3 Internationalität der Lehrenden			X		
1.3.4 Internationale Inhalte			X		
1.3.5 Interkulturelle Inhalte			X		
1.3.6 Strukturelle und/oder Indikatoren für Internationalität			X		
1.3.7 Fremdsprachenkompetenz	X	X			
1.4 Kooperationen und Partnerschaften			X		
1.4.1 Kooperationen mit Hochschulen und anderen wissenschaftlichen Einrichtungen bzw. Netzwerken			X		
1.4.2 Kooperationen mit Wirtschaftsunternehmen und anderen Organisationen		X			
1.5 Chancengleichheit			X		
2 Zulassung (Bedingungen und Verfahren)					
2.1 Zulassungsbedingungen				Auflage	
2.2 Auswahlverfahren				X	
2.3 Berufserfahrung (* für weiterbildenden Master-Studiengang)				Auflage	
2.4 Gewährleistung der Fremdsprachenkompetenz				X	

¹ n.b. = nicht beobachtbar

² n.r. = nicht relevant

		Exzellent	Qualitätsanforderung übertroffen	Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	n.b. ¹ n.r. ²
2.5*	Transparenz und Nachvollziehbarkeit des Zulassungsverfahrens			X		
2.6*	Transparenz der Zulassungsentscheidung			X		
3.	Konzeption des Studienganges					
3.1	Struktur			X		
3.1.1	Struktureller Aufbau des Studienganges (Kernfächer / ggf. Spezialisierungen (Wahlpflichtfächer) / weitere Wahlmöglichkeiten / Praxiselemente)			X		
3.1.2*	Berücksichtigung des „European Credit Transfer and Accumulation Systeme (ECTS)“ und der Modularisierung			X		
3.1.3*	Studien- und Prüfungsordnung			Auflage		
3.1.4*	Studierbarkeit			X		
3.2	Inhalte			X		
3.2.1*	Logik und konzeptionelle Geschlossenheit des Curriculums			Auflage		
3.2.2	Fachliche Angebote in Kernfächern			X		
3.2.3	Fachliche Angebote in Spezialisierungen (Wahlpflichtfächer)			X		
3.2.4	Fachliche Angebote in den Wahlmöglichkeiten der Studierenden (falls zutreffend)					n.r.
3.2.5	Integration von Theorie und Praxis			X		
3.2.6	Interdisziplinarität			X		
3.2.7	Methoden und wissenschaftliches Arbeiten			X		
3.2.8	Wissenschaftsbasierte Lehre			X		
3.2.9	Prüfungsleistungen			X		
3.2.10	Abschlussarbeit			X		
3.3	Überfachliche Qualifikationen			X		
3.3.1	Kompetenzerwerb für anwendungs- und/oder forschungsorientierte Aufgaben (nur bei Master-Studiengang)			X		
3.3.2	Bildung und Ausbildung			X		
3.3.3	Ethische Aspekte			X		
3.3.4	Führungskompetenz			X		
3.3.5	Managementkonzepte			X		
3.3.6	Kommunikationsfähigkeit und Rhetorik			X		
3.3.7	Kooperations- und Konfliktfähigkeit			X		
3.4	Didaktik und Methodik			X		
3.4.1	Logik und Nachvollziehbarkeit des didaktischen Konzeptes			X		
3.4.2	Methodenvielfalt			X		
3.4.3	Fallstudien / Praxisprojekt			X		
3.4.4	Begleitende Lehrveranstaltungsmaterialien			X		
3.4.5	Gastreferenten			X		

	Exzellent	Qualitäts- anforderung übertroffen	Qualitäts- anforderung erfüllt	Qualitäts- anforderung nicht erfüllt	n.b. ¹ n.r. ²
3.4.6 Tutoren im Lehrbetrieb					n.b.
3.5* Berufsbefähigung		X			
4. Ressourcen und Dienstleistungen					
4.1 Lehrpersonal des Studienganges			X		
4.1.1* Struktur und Anzahl des Lehrpersonals in Bezug auf die curricularen Anforderungen			Auflage		
4.1.2* Wissenschaftliche Qualifikation des Lehrpersonals			X		
4.1.3 Pädagogische / didaktische Qualifikation des Lehrpersonals			X		
4.1.4 Praxiskenntnisse des Lehrpersonals		X			
4.1.5 Interne Kooperation			X		
4.1.6 Betreuung der Studierenden durch Lehrpersonal			X		
4.2 Studiengangsmanagement			X		
4.2.1 Ablauforganisation für das Studiengangsmanagement und Entscheidungsprozesse			X		
4.2.2 Studiengangsleitung			X		
4.2.3* Verwaltungsunterstützung für Studierende und das Lehrpersonal			X		
4.2.4 Beratungsgremium (Beirat) und dessen Struktur und Befugnisse			X		
4.3 Dokumentation des Studienganges			X		
4.3.1* Beschreibung des Studienganges			X		
4.3.2 Dokumentation der Aktivitäten im Studienjahr			X		
4.4 Sachausstattung			X		
4.4.1* Quantität, Qualität sowie Media- und IT-Ausstattung der Unterrichtsräume			X		
4.4.2 Zugangsmöglichkeit zur erforderlichen Literatur			X		
4.4.3 Öffnungszeiten der Bibliothek			X		
4.4.4 Anzahl und technische Ausstattung der Bibliotheksarbeitsplätze für Studierende			X		
4.5 Zusätzliche Dienstleistungen			X		
4.5.1 Karriereberatung und Placement Service			X		
4.5.2 Alumni-Aktivitäten					n.b.
4.5.3 Sozialberatung und -betreuung der Studierenden			X		
4.6 Finanzplanung und Finanzierung des Studienganges			X		
4.6.1* Logik und Nachvollziehbarkeit der Finanzplanung			X		
4.6.2 Finanzielle Grundausstattung			X		
4.6.3* Finanzierungssicherheit für den Studiengang			X		

		Exzellent	Qualitäts- anforderung übertroffen	Qualitäts- anforderung erfüllt	Qualitäts- anforderung nicht erfüllt	n.b. ¹ n.r. ²
5.	Qualitätssicherung					
5.1	Qualitätssicherung und -entwicklung der Hochschule und das Zusammenwirken zwischen Hochschulleitung und Fakultät/Fachbereich sowie Studiengangsleitung in der Studiengangs-entwicklung			X		
5.2*	Qualitätssicherung und -entwicklung des Studienganges in Bezug auf Inhalte, Prozesse und Ergebnisse			X		
5.3	Instrumente der Qualitätssicherung			X		
5.3.1	Evaluation durch Studierende			X		
5.3.2	Qualitätssicherung durch das Lehrpersonal			X		
5.3.3	Fremdevaluation durch Alumni, Arbeitgeber und weitere Dritte			X		

Anhang zum Gutachterbericht des Studienganges „International Marketing, Sales and Relationship Management“ (M.A.)

Hochschule:

ISS International Business School of Service Man-
agement,
Standorte Hamburg, Ghaziabad und Noida

Master-Studiengang:

International Marketing, Sales and Relationship
Management

Abschlussgrad:

Master of Arts (M.A.)

Titelverleihende Hochschule:

ISS International Business School of Service Man-
agement, Hamburg

Kurzbeschreibung des Studienganges:

Der Studiengang richtet sich im Unterschied zu den bestehenden Programmen der ISS auf die Entwicklung und Vermarktung von Produkten und Dienstleistungen und umfasst nicht die Ausführung der Dienstleistung selbst. Fach- und Führungskräfte werden anwendungsorientiert und wissenschaftlich fundiert in einem integrierten Ansatz für Marketing, Sales und Service Management qualifiziert. Ein Schwerpunkt liegt hierbei auf dem Management von Kundenbeziehungen (Relationship Management). Der Studiengang wird in einer Vollzeit- und in einer berufsbegleitenden Variante angeboten.

Datum des Vertragsschlusses:

14. Dezember 2011 (29. August 2011)

Datum der Einreichung der Unterlagen:

2. Februar 2012

Datum der Begutachtung vor Ort (BvO):

6. Februar 2012 in Noida, Uttar Pradesh, Indien

7. Februar 2012 in Ghaziabad, Uttar Pradesh, Indien

Akkreditierungsart:

Erweiterung der bestehenden Akkreditierung auf die Standorte Ghaziabad und Noida

Zuordnung des Studienganges:

konsekutiv

Studiendauer:

4 Semester (Vollzeit)

6 Semester (Teilzeit)

Studienform:

Vollzeit und Teilzeit

Profiltyp:

anwendungsorientiert

Erstmaliger Start des Studienganges:

Dezember 2011

Aufnahmekapazität:

20

Start zum:

Winter- und Sommersemester

Zügigkeit:

Einzügig

Umfang der ECTS-Punkte des Studienganges:

120

Stunden (Workload) pro ECTS-Punkt:

28

Datum der Sitzung der FIBAA-Akkreditierungskommission:

30. August 2012

Beschluss:

Die bestehende Akkreditierung wird gemäß Abs. 3.1.2 der Regeln des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung i.d.F. vom 10. Dezember 2010 mit einer Auflage auf die Standorte Ghaziabad und Noida ausgeweitet.

Akkreditierungszeitraum:

1. Dezember 2011 bis Ende Wintersemester 2016/17

Auflage:

Es ist nachzuweisen, dass die Struktur und Anzahl des Lehrpersonals den landesrechtlichen Vorgaben entsprechen (siehe Kapitel 4.1; Rechtsquelle: Kriterium 2.7 „Ausstattung“ der „Kriterien und Verfahrensregeln für die Akkreditierung von Studiengängen“ i.d.F. vom 10. Dezember 2010).

Die Erfüllung der Auflage ist bis zum 30. Mai 2013 nachzuweisen.

Betreuer:

Dipl.-Volksw. Kristina Weng

Gutachter:**Prof. Dr. Reinhard Hünerberg**

Universität Kassel

Fachbereich Wirtschaftswissenschaften

(Dienstleistungsmarketing, Personalmarketing/-management)

Prof. Dr. Volker Busch

BiTS Business and Information Technology School

Rektor und akademischer Geschäftsführer der BiTS, Iserlohn

Zusammenfassung³

Bei der Bewertung wurden die Selbstdokumentation, die Ergebnisse der Begutachtung vor Ort und die Stellungnahme der Hochschule vom 21. August 2012 berücksichtigt.

Handlungsbedarf sehen die Gutachter bei der Zulassungs- und der Prüfungsordnung sowie bei der Verfügbarkeit hauptamtlicher Dozenten. Die Gutachter sind der Ansicht, dass die aufgezeigten Mängel innerhalb von neun Monaten behebbar sind, weshalb sie die Erweiterung der bestehenden Akkreditierung mit einer Auflage empfehlen (vgl. Abs. 3.1.2 der Regeln des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung i.d.F. vom 10. Dezember 2010). Daher empfehlen sie, die Akkreditierung mit folgenden Auflagen zu verbinden:

Es ist nachzuweisen, dass die Struktur und Anzahl des Lehrpersonals den landesrechtlichen Vorgaben entspricht (siehe Kapitel 4.1; Rechtsquelle: Kriterium 2.7 „Ausstattung“ der „Kriterien und Verfahrensregeln für die Akkreditierung von Studiengängen“ i.d.F. vom 10. Dezember 2010).

Die Erfüllung der Auflage ist bis zum 30. Mai 2013 nachzuweisen.

Die Gutachter sehen darüber hinaus Weiterentwicklungspotenzial für den Studiengang bei der Koordination über die Institutionen und empfehlen,

die Abstimmung auf Studiengangs- bzw. Modulebene zwischen der ISS und der Amity University bzw. dem IMT zu intensivieren (siehe Kapitel 4.2).

Die ggf. getroffenen Maßnahmen der Hochschule zur Umsetzung der Empfehlungen sind im Rahmen einer allfälligen Re-Akkreditierung zu betrachten.

³ Lediglich zur Vereinfachung der Lesbarkeit des Gutachterberichtes erfolgt im Folgenden keine geschlechtsneutrale Differenzierung, sondern wird ausschließlich die männliche Form verwendet. Selbstverständlich ist seine Ausrichtung in jedem Fall geschlechtsunabhängig.

Darstellung und Bewertung im Einzelnen

6 Strategie und Ziele

6.2 Positionierung des Studienganges

Im Zuge der Ausweitung der internationalen Kooperationen der ISS Hamburg soll der Studiengang International Marketing, Sales and Relationship Management zusammen mit der Amity University, Noida, Indien, und dem Institute of Management Technology (IMT), Ghaziabad, Indien, angeboten werden. Die Kooperationsvereinbarung fußt auf der Idee, gezielt indische Studierende für ein Studium in Deutschland zu gewinnen bzw. deutschen Studierenden die Möglichkeit bieten, Module des Studienganges in Indien zu belegen.

Im Übrigen wird hinsichtlich der weiteren Ausführungen auf die Einzelheiten der jeweiligen Hauptberichte verwiesen.

Bewertung:

Die Gutachter begrüßen das Vorhaben der Hochschule, den Studiengang in Kooperation mit indischen Hochschulen anzubieten und gezielt indische Studierende mit dem Programm anzusprechen. Sie haben sich anlässlich der während der Begutachtungen vor Ort geführten Gesprächen mit Hochschulvertretern und Studierenden der beiden indischen Partnerhochschulen davon überzeugt, dass der vorliegende Studiengang nachvollziehbar im indischen und deutschen Bildungsmarkt, aber auch Arbeitsmarkt positioniert ist.

Die Bewertung der Qualitätsanforderungen entspricht der im Hauptbericht.

6.3 Internationale Dimension des Studienganges

Der Studiengang wird in enger Kooperation mit zwei Hochschulen in Ghaziabad bzw. Noida (Indien) durchgeführt. Dies wird in besonderer Weise einen weiteren gezielten Schwerpunkt der internationalen Ausrichtung des Programms der ISS darstellen. Das Programm wird in Indien von einer kooperierenden Hochschule übernommen und unterrichtet werden. Die Studierenden aus Deutschland wie aus Indien und anderen Ländern sollen auf diese Weise in der Lage sein, Studienaufenthalte flexibel in Deutschland oder Indien zu absolvieren und in Voll- bzw. Teilzeit zu studieren. Aus Sicht des Standorts Hamburg (Deutschland) wie Ghaziabad und Noida (Indien) besteht damit ein attraktives Angebot, um interkulturelle Kompetenzen aufzubauen sowie internationale Berufserfahrung und Auslandserfahrung in international tätigen Unternehmen zu sammeln. Das Master-Programm der ISS soll langfristig auch in weiteren europäischen Ländern angeboten werden, z.B. in Spanien, um dortige B.A.-Absolventen für eine Mitarbeit in deutschen Unternehmen zu motivieren, mit der Möglichkeit, berufsbegleitend die eigenen Kompetenzen auszubauen. Damit soll das Master-Programm der ISS einen aktiven Beitrag zur Fachkräftequalifizierung leisten.

Im Übrigen wird hinsichtlich der weiteren Ausführungen auf die Einzelheiten der jeweiligen Hauptberichte verwiesen.

Bewertung:

Die Gutachter begrüßen die Internationalisierungsstrategie der ISS in Bezug auf den vorliegenden Studiengang. Positiv hervorzuheben ist, dass durch die Kooperation mit Amity Uni-

versity und IMT eine internationale Zusammensetzung der ISS-Studierenden von der Hochschule angestrebt wird.

Die Bewertung der Qualitätsanforderungen entspricht der im Hauptbericht.

6.4 Kooperationen und Partnerschaften

Neue Kooperationspartner der ISS Hamburg sind die Amity University in Noida, Indien, sowie das Institute of Management Technology in Ghaziabad, Indien. So sollen Module des vorliegenden Studienganges auch an der Amity University und dem IMT angeboten werden, wobei die Lehre z.T. von Lehrenden der ISS Hamburg, z.T. aber auch von Lehrenden der Amity University bzw. des IMT übernommen wird. Die ISS Hamburg hat sich gemäß Kooperationsvertrag dazu verpflichtet, die Umsetzung und die Qualität des Studiengangskonzeptes zu gewährleisten.

Im Übrigen wird hinsichtlich der weiteren Ausführungen auf die Einzelheiten der jeweiligen Hauptberichte verwiesen.

Bewertung:

Die Gutachter begrüßen die Auslandsaufenthalte in Indien, die zur Kompetenzbildung der Studierenden wesentlich beitragen. Zudem sind die Gutachter der Ansicht, dass u.a. aufgrund der in Hamburg und in Indien geführten Gespräche, die adäquate Umsetzung des Studiengangskonzeptes in Indien grundsätzlich gewährleistet ist. Umfang und Art dieser Kooperation sind beschrieben und die der Kooperation zu Grund liegenden Vereinbarungen dokumentiert. Dennoch wird im Rahmen einer allfälligen Re-Akkreditierung zu prüfen sein, ob die Durchführung des Curriculums gemäß dem Studiengangskonzept der ISS an der Amity University und am IMT adäquat gelingen wird.

Die Bewertung der Qualitätsanforderungen entspricht der im Hauptbericht.

7 Zulassung (Zulassungsprozess und -Verfahren)

Die Zulassung zum vorliegenden Studiengang erfolgt ebenso wie die Einschreibung weiterhin direkt bei der ISS Hamburg.

Im Übrigen wird hinsichtlich der weiteren Ausführungen auf die Einzelheiten der jeweiligen Hauptberichte verwiesen.

Bewertung:

Die Bewertung der Qualitätsanforderungen entspricht der im Hauptbericht.

8 Konzeption des Studienganges

8.1 Struktur

Der Studiengang wird auch an der Amity University und am IMT angeboten. Dieses Angebot richtet sich speziell an indische Bewerber. Dabei ist vorgesehen, dass die Studierenden das

erste Semester in Indien absolvieren, die Semester zwei und drei in Hamburg verbringen und anschließend das letzte Semester mit der Anfertigung der Master-Arbeit entweder in Hamburg oder in Indien absolvieren. Deutschen Studierenden soll es frei stehen, die Module in Hamburg oder in Indien zu belegen.

Im Übrigen wird hinsichtlich der weiteren Ausführungen auf die Einzelheiten der jeweiligen Hauptberichte verwiesen.

Bewertung:

Die Gutachter begrüßen das neu geschaffene Mobilitätsfenster des Studienganges für deutsche und indische Studierende, das sich durch die Kooperation der ISS mit den beiden Partnerhochschulen eröffnet. Die Koordinationsanforderungen sind jedoch hoch, insbesondere weil sowohl Deutsche Teile ihres Studiums in Indien und Inder in Deutschland absolvieren sollen und ein relativ flexibler Rahmen für das jeweilige Auslandsstudium vorgesehen ist (vgl. 4.2).

Die Bewertung der Qualitätsanforderungen entspricht der im Hauptbericht.

9 Ressourcen und Dienstleistungen

9.1 Lehrpersonal des Studienganges

Die Lehre wird weiterhin getragen von Lehrenden der ISS Hamburg, ggf. unterstützt durch Lehrende der Amity University sowie des IMT. Die von der ISS Hamburg für Indien vorgesehenen Dozenten der indischen Partnerhochschulen haben ihre pädagogische/didaktische Qualifikation in z.T. langjähriger Lehrerfahrung nachgewiesen. Der größte Teil des vorgesehenen Lehrpersonals ist promoviert, einige verfügen über eine Professur.

An der Amity University und am IMT werden regelmäßige Besprechungen unter den Lehrenden durchgeführt. Gerade in der Anfangsphase der Kooperation zwischen ISS und Amity University sowie ISS und IMT soll ein reger Austausch zwischen dem Studiengangsleiter von Seiten der ISS und den Verantwortlichen der Kooperation an der Amity University bzw. IMT stattfinden. Dabei sind Hospitationen der Lehrenden in Lehrveranstaltungen von Kollegen sowie gemeinsame Lehrveranstaltungen geplant. Das gilt insbesondere für deutsche Lehrende auf der einen und indische Lehrende auf der anderen Seite.

Im Übrigen wird hinsichtlich der weiteren Ausführungen auf die Einzelheiten der jeweiligen Hauptberichte verwiesen.

Bewertung:

Die Lehrverflechtungsmatrix lässt derzeit noch nicht erkennen, ob die geplante Kapazität für diesen Studiengang ausreichen wird, da einige Professuren zum Zeitpunkt der Begutachtung vor Ort noch ausgeschrieben waren. Insbesondere berücksichtigt sie nicht die Durchführung der Module in Indien. Laut dem von der Hochschule vorgelegten Anerkennungsbescheid der Stadt Hamburg ist die Hochschule verpflichtet, für jeden Studiengang zumindest zwei hauptberuflich tätige berufungsfähige Hochschullehrer einzustellen und sicherzustellen, dass der überwiegende Teil des notwendigen Lehrangebotes in allen Studiengängen jeweils von hauptberuflich tätigen Professoren erbracht wird. Gemäß Abs. 2.7 „Ausstattung“ der „Kriterien und Verfahrensregeln für die Akkreditierung von Studiengängen“ i.d.F. vom 10. Dezember 2010 ist die adäquate Durchführung des Studienganges hinsichtlich der qualitativen und quantitativen personellen, sächlichen und räumlichen Ausstattung sicherzustellen. Die Gutachter empfehlen insoweit die **Auflage**, nachzuweisen, dass die Struktur und Anzahl des

Lehrpersonals, insbesondere auch mit Blick auf die eingegangenen Kooperationen, den landesrechtlichen Hamburger Vorgaben entspricht.

Die wissenschaftliche sowie pädagogische/didaktische Qualifikation des Lehrpersonals entsprechen den Anforderungen des Studienganges für die Lehre. Darüber hinaus verfügen die Lehrenden ausweislich ihrer Lebensläufe über ausreichende Praxiskenntnisse.

		Exzellent	Qualitäts- anforderung übertroffen	Qualitäts- anforderung erfüllt	Qualitäts- anforderung nicht erfüllt	n.b. ¹ n.r. ²
4.	Ressourcen und Dienstleistungen					
4.1	Lehrpersonal des Studienganges			X		
4.1.1*	Struktur und Anzahl des Lehrpersonals in Bezug auf die curricularen Anforderungen			Auflage		
4.1.2*	Wissenschaftliche Qualifikation des Lehrpersonals			X		
4.1.3	Pädagogische / didaktische Qualifikation des Lehrpersonals			X		
4.1.4	Praxiskenntnisse des Lehrpersonals		Hamburg	Noida, Ghaziabad		
4.1.5	Interne Kooperation			X		
4.1.6	Betreuung der Studierenden durch Lehrpersonal			X		

9.2 Studiengangsmanagement

Verantwortlich für das Management des Studienbetriebes ist der Studiendekan des betreffenden Studienganges. Dies gilt auch für die Kooperation mit der Amity University und dem IMT. An beiden Hochschulen gibt es konkrete Ansprechpartner für die Kooperation bzw. für das Programm. Auch Modulverantwortliche wurden jeweils festgelegt. Die Abstimmung erfolgt über den Studiendekan, der einen ordnungsgemäßen Ablauf des Studienganges durch regelmäßige Skype-Konferenzen und auch Besuche in Indien sicherstellen soll.

Auch die Amity University und das IMT unterstützen die Studierenden im Bereich der Verwaltung durch zahlreiche Einrichtungen (Academy Management, IT Support, Administrative Support etc.). Jedem Studierenden an der Amity University wird darüber hinaus ein Faculty Mentor, ein Student Mentor, ein Industry Mentor sowie ein Alumni Mentor zugewiesen.

Im Übrigen wird hinsichtlich der weiteren Ausführungen auf die Einzelheiten der jeweiligen Hauptberichte verwiesen.

Bewertung:

Die Gutachter haben sich davon überzeugt, dass die Studiengangsleitung die Abläufe mit allen im Studiengang Mitwirkenden koordiniert und Sorge trägt für einen störungsfreien Ablauf des Studienbetriebes. Noch nicht absehbar sind aus Sicht der Gutachter allerdings die Koordination der in Indien durchgeführten Module sowie die adäquate Durchführung derselben gemäß den Modulbeschreibungen. Die Abstimmung zwischen Studiendekan und Lehrenden in Indien wird eine große Herausforderung sein, auch wenn die Gutachter insgesamt einen guten Eindruck von der Kooperation erhalten haben. Dennoch wird die Kooperation in

¹ n.b. = nicht beobachtbar

² n.r. = nicht relevant

der Praxis bestehen müssen. Die Gutachter haben durch die Gespräche mit Programmverantwortlichen und Lehrenden an der Amity University zwar einen guten Eindruck gewonnen. Allerdings wurde deutlich, dass die Abstimmungen noch nicht endgültig erfolgt sind und zukünftig Anpassungen erforderlich sind.

Die Verwaltungsunterstützung an den indischen Hochschulen wurde von den Lehrenden und den Studierenden als angemessen beschrieben.

Die Bewertung der Qualitätsanforderungen entspricht der im Hauptbericht.

9.4 Sachausstattung

Amity University verfügt über 24 barrierefreie Unterrichtsräume, die für den vorliegenden Studiengang genutzt werden können. W-Lan ist auf dem gesamten Campus verfügbar, alle Studierenden von Amity University werden mit einem Laptop ausgestattet. Darüber hinaus existieren Computerräume, wobei die Computer mit allen relevanten Programmen ausgestattet sind (SPSS, SAS, Office).

Die Bibliothek der Amity University hat werktags von 09:00 bis 18:00 Uhr geöffnet, während der Prüfungszeiten gelten verlängerte Öffnungszeiten. Sie ist ausgestattet mit über 100.000 Medien (Büchern, Zeitschriften sowie Zeitungen). Darüber hinaus haben die Studierenden Zugriff auf zahlreiche Datenbanken (z.B. EBSCO, Cambridge University Press, Oxford University, Springer, etc.). Insgesamt gibt es 175 Bibliotheksarbeitsplätze, zusätzlich einen Computerraum mit 60 weiteren Plätzen.

Die Gebäude des IMT verfügen über Vorlesungsräume, Dozentenzimmer, Computerräume, Aufenthaltsräume und einen Konferenzraum. Alle Vorlesungsräume sind klimatisiert und mit moderner Technik ausgestattet. Der Computerraum ist mit über 180 Computer-Arbeitsplätzen ausgestattet. Zudem ist das Drucken, Fotokopieren und Scannen möglich. Video-Konferenzräume stehen ebenfalls zur Verfügung. W-Lan ist auf dem gesamten Campus verfügbar.

Die Bibliothek des IMT hat an 7 Tagen in der Woche jeweils 22 Stunden täglich geöffnet. Neben einem umfangreichen Bestand an Fachbüchern, e-books, e-journals, Zeitschriften und Zeitungen haben die Studierenden Zugriff auf Datenbanken wie EBSCO, Blackwell Reference Online, Elsevier Science Direct, Econlit with Fulltext etc..

Im Übrigen wird hinsichtlich der weiteren Ausführungen auf die Einzelheiten der jeweiligen Hauptberichte verwiesen.

Bewertung:

Die Gutachter konnten sich anlässlich der Begutachtungen vor Ort davon überzeugen, dass Quantität, Qualität und technische Ausstattung der Unterrichtsräume auch an der Amity University sowie dem IMT ausreichend für den Studiengang sind. Die Räume und Zugänge sind behindertengerecht ausgestattet und barrierefrei erreichbar.

Eine Bibliothek ist an allen Studienorten vorhanden und ein Entwicklungskonzept für die Bibliothek liegt vor. Literatur, Zeitschriften und digitale Medien sind auf dem aktuellen Stand, und der Zugang ist für den Studiengang ausreichend. Den Studierenden stehen genügend Bibliotheksarbeitsplätze zur Verfügung, und die technische Ausstattung ist ausreichend.

Die Bewertung der Qualitätsanforderungen entspricht der im Hauptbericht.

9.5 Zusätzliche Dienstleistungen

Amity University hat ein Mentor-Mentee-Konzept (siehe Kapitel 4.2) entwickelt, wobei jedem Studierenden in verschiedenen Bereichen ein Mentor zugewiesen wird (sowohl bei akademischen Fragen, bei administrativen Fragen, aber auch bei persönlichen Fragen und bei der weiteren Karriereplanung).

Auch IMT gewährleistet die Betreuung und Sozialberatung der Studierenden durch die Verwaltungsunterstützung. Studierende können sich bei Fragen jeglicher Art an die Verwaltungsmitarbeiter wenden.

Im Übrigen wird hinsichtlich der weiteren Ausführungen auf die Einzelheiten der jeweiligen Hauptberichte verwiesen.

Bewertung:

Die Gutachter haben sich davon überzeugt, dass Betreuung und Sozialberatung fester Bestandteil der Dienstleistungen der Amity University und des IMT sind und regelmäßig angeboten werden.

Die Bewertung der Qualitätsanforderungen entspricht der im Hauptbericht.