

Beschluss zur Akkreditierung des Masterstudiengangs „International Marketing and Sales“ an der Hochschule Aalen

Auf der Basis des Akkreditierungsgespräches spricht der Senat folgende Entscheidungen aus:

Der Studiengang „International Marketing and Sales“ mit dem Abschluss „Master of Arts“ an der Hochschule Aalen wird unter Berücksichtigung der Regelungen des Studienakkreditierungsvertrages und ihrer Präzisierung über die Musterrechtsverordnung (Beschluss der Kultusministerkonferenz vom 07.12.2017) bzw. der Rechtsverordnung des Landes Baden-Württemberg (Beschluss vom 18.04.2018) **akkreditiert**.

Der Studiengang entspricht grundsätzlich den Kriterien des Studienakkreditierungsstaatsvertrages und der Studienakkreditierungsverordnung des Landes Baden-Württemberg vom 18. April 2018.

Die Akkreditierung wird für eine **Dauer von acht Jahren** ausgesprochen und ist gültig bis zum 28.02.2028.

Allgemeine Angaben zum Studiengang

Studiengang (Name/Bezeichnung) ggf. inkl. Namensänderungen	International Marketing and Sales			
Abschlussgrad / Abschlussbezeichnung	Master of Arts			
Studienform	Präsenz	X	Blended Learning	
	Vollzeit	X	Joint Degree	
	Teilzeit		Lehramt	
	Berufsbegl.		Kombination	
Studiendauer (in Semestern)	3			
Anzahl der vergebenen ECTS-Punkte	90			
Aufnahme des Studienbetriebs am (Datum)	WS 2015/2016			
Aufnahmekapazität pro Jahr (Max. Anzahl Studierende)	15			
Zeitpunkt der Begehung:				
Konzeptakkreditiert vom: durch:	01.05.2015 - 30.04.2020 Hochschule Aalen (systemakkreditiert)			
Akkreditiert vom: durch:	01.03.2020 - 28.02.2028 Hochschule Aalen (systemakkreditiert)			

Angaben zum Begutachtungsverfahren

Allgemeine Hinweise

keine

Rechtliche Grundlagen

Akkreditierungsstaatsvertrag

Studienakkreditierungsverordnung des Landes Baden-Württemberg

Gutachtergruppe

Vertreter aus der Wissenschaft:

- Prof. Dr. Sascha Armutat, Fachhochschule Bielefeld
- Prof. Dr. Björn Baltzer, Hochschule für angewandte Wissenschaften Würzburg-Schweinfurt
- Prof. Dr. Andreas Fuchs, Hochschule für angewandte Wissenschaften Würzburg-Schweinfurt

Vertreter aus der Berufspraxis:

- Matthias Schmid, AWT Aalener Wirtschaftstreuhand GmbH

Vertreterin aus der Studierendenschaft:

- Natalie Brandmair, Universität Augsburg

Cluster der gemeinsam akkreditierten Studiengänge

Bachelorstudiengang Internationale Betriebswirtschaft

Masterstudiengang International Marketing and Sales

Masterstudiengang Financial Management

Ablauf des Verfahrens

Beim aktuellen Verfahren handelt es sich um die erste Akkreditierung des Studiengangs. Das Gespräch mit Vertreter*innen der Studierenden führte die Stabstelle Qualitätsmanagement im Vorfeld des Akkreditierungsgesprächs am 11.12.2020. Die Ergebnisse des Gesprächs wurden in das Akkreditierungsgespräch eingebunden. Am 05.02.2020 fand das Akkreditierungsgespräch mit der oben genannten Gutachtergruppe und den Lehrenden statt.

I Ergebnisse auf einen Blick

Auflage

keine

Empfehlungen

1. Zur Erhöhung des erfolgreichen Einstiegs in das Berufsleben sollte das Studienkonzept um weitere berufsqualifizierende Schlüsselqualifikationen (ähnlich wie bereits das vorhandene Modul „Persuasion and Negotiation“) erweitert werden.
2. Das internationale Profil sollte inhaltlich geschärft bzw. in den Modulbeschreibungen transparenter gemacht werden.

II Ausführlicher Bewertungsbericht

1. Beschreibung des Studiengangs

Der Masterstudiengang International Marketing and Sales ist ein konsekutiver Präsenzstudiengang mit einem anwendungsorientierten Profil. Er ist als Vollzeitstudiengang im Halbzug mit Studienbeginn im Wintersemester konzipiert und mit einer Regelstudienzeit von drei Semestern (90 Leistungspunkte) ausgestaltet. Der Studiengang richtet sich an alle Bachelorabsolvent*innen der Betriebs- und Volkswirtschaft sowie und an Bachelorabsolvent*innen verwandter Fächer, die mindestens die Hälfte ihrer Studienleistungen im Bereich Wirtschaftswissenschaften erbracht haben.

Das Ziel des Masterstudiengangs International Marketing and Sales ist eine zielgerichtete, anwendungsorientierte Ausbildung der Studierenden für Tätigkeiten in produzierenden Unternehmen im Bereich Marketing, Vertrieb und Einkauf. Die Absolvent*innen werden für Tätigkeiten in der ersten bis dritten Führungsebene qualifiziert. Durch die besondere internationale Ausrichtung des Studiengangs und die vorherrschende Lehrsprache Englisch werden im Studium Fähigkeiten für Tätigkeit im internationalen Arbeitskontext vermittelt.

Aufgrund ihrer wissenschaftlichen Ausbildung können die Absolvent*innen des Masterstudiengangs International Marketing and Sales die Forschungsergebnisse und komplexe Sachverhalte in englischer Sprache schriftlich und mündlich präzise darlegen und verteidigen. Aufgrund der Anwendungsorientierung des Studiengangs, welche sich in Projektarbeiten in der Zusammenarbeit mit externen internationalen Partnern niederschlägt, werden die Absolvent*innen befähigt, Teambildung und Organisationsmanagement im interkulturellen Raum zu beherrschen sowie selbständig und kritikfähig zu handeln. Die Absolvent*innen können die Prozesse in den Bereichen Marketing und Vertrieb eigenständig verbessern, ausgestalten und deren Effizienz erhöhen. Sie sind in der Lage Kernprozesse entlang der Wertschöpfungskette zu planen und zu gestalten. Aufgrund der im Rahmen des Studiums auf hohem Niveau durchgeführten Projekte und Fallbeispiele und einer entsprechenden Masterarbeit werden die Absolvent*innen zum wissenschaftlichen Arbeiten befähigt. Das Curriculum umfasst ein Pflichtprogramm im Umfang von 10 Modulen mit je fünf Leistungspunkten sowie ein freies Wahlpflichtprogramm im Umfang von 2 Modulen (10 CP).

Als Abschlussgrad wird der „Master of Arts“ vergeben.

Die Lehrveranstaltungen und zugehörigen Prüfungen werden in deutscher oder englischer Sprache durchgeführt, dabei überwiegen im Curriculum (zu 90%) Lehrveranstaltungen in englischer Sprache.

2. Erfüllung der formalen Kriterien

(gemäß Art. 2 Abs. 2 SV und §§ 3 bis 8 und § 24 Abs. 3 MRVO)

Studienstruktur und Studiendauer (§ 3 MRVO) → *Die Anforderungen sind erfüllt.*

Der Masterstudiengang wird als konsekutives Studium mit 3 Semestern Regelstudienzeit angeboten.

Studiengangprofile (§ 4 MRVO) → *Die Anforderungen sind erfüllt.*

Die Zuordnung zum anwendungsorientierten Profil ist gegeben. Als Abschlussarbeit ist eine Masterarbeit im 3. Semester vorgesehen.

Zugangsvoraussetzungen und Übergänge zwischen Studienangeboten (§ 5 MRVO)

Ein berufsqualifizierender Hochschulabschluss (Bachelorstudiengang, Diplomstudiengang oder

Äquivalent) in der Betriebswirtschaftslehre, Volkswirtschaftslehre, Wirtschaftsmathematik, Wirtschaftsinformatik, Wirtschaftsingenieurwesen, Gesundheitsmanagement oder einem verwandten Fach mit einem überdurchschnittlichen Abschluss mit einer Note von mindestens 2,5 und mit mindestens 210 ECTS-Leistungspunkten. Bewerber mit einem Hochschulabschluss und einem überdurchschnittlichen Abschluss mit einer Note von mindestens 2,5 und mindestens 180 ECTS-Leistungspunkten aber weniger als 210 ECTS-Leistungspunkten, werden nur unter der Voraussetzung zugelassen, dass sie die Differenz bis zu den erforderlichen 210 ECTS-Leistungspunkten während des Masterstudiums erwerben. Das Studium verlängert sich in diesem Fall in der Regel um ein Semester.

- Einen ersten berufsqualifizierenden Hochschulabschluss mit mindestens 105 ECTS (bei einem Abschluss mit insgesamt 210 ECTS) im Bereich Wirtschaftswissenschaften oder mit 90 ECTS (bei einem Abschluss mit insgesamt 180 ECTS).
- Einen Sprachnachweis Englisch über das Niveau C1, wenn Englisch nicht die Muttersprache des Bewerbers/der Bewerberin ist.

Abschlüsse und Abschlussbezeichnungen (§ 6 MRVO) → Die Anforderungen sind erfüllt.

Es wird ein Master of Arts vergeben (M.A.).

Das Diploma Supplement ist Bestandteil des Abschlusszeugnisses und erfüllt die Vorgaben.

Modularisierung (§ 7 MRVO) → Die Anforderungen sind erfüllt.

Der Studiengang ist in Module gegliedert, die durch die Zusammenfassung von Studieninhalten thematisch und zeitlich abgegrenzt sind. Die Module erstrecken sich alle über ein Semester.

Die Modulbeschreibungen beinhalten die Angaben gemäß § 7 Abs. 2 und 3.

Leistungspunktesystem (§ 8 MRVO) → Die Anforderungen sind erfüllt.

Die Anzahl der ECTS-Leistungspunkte ist (in Abhängigkeit des Aufwandes) jedem Modul zugeordnet. Pro Semester sind maximal 30 Leistungspunkte zu erbringen. Die Masterarbeit hat einen Umfang von 30 Leistungspunkten. Ein Leistungspunkt entspricht 30 Zeitstunden. Leistungspunkte werden durch Nachweis der vorgesehenen Leistung vergeben.

Der Masterstudiengang „International Marketing and Sales“ umfasst 90 Leistungspunkte.

Studierende mit einem Bachelorabschluss mit weniger als 210 ECTS-Leistungspunkten müssen während des Masterstudiums die Differenz auf 300 Leistungspunkte erwerben. Für den Abschluss sind unter Einbeziehung des vorangehenden Studiums 300 Leistungspunkte nachzuweisen.

**Besondere Kriterien für Kooperationen mit nichthochschulischen Einrichtungen (§ 9 MRVO)
Sonderregelungen für Joint-Degree-Programme (§ 10 MRVO)**

Entfällt.

3. Erfüllung der fachlich-inhaltlichen Kriterien

(gemäß Art. 3 Abs. 2 Satz 1 Nr. 4 i.V. mit Art. 4 Abs. 3 Satz 2a und §§ 11-16; §§ 19-21 und § 24 Abs. 4 MRVO)

Qualifikationsziele und Abschlussniveau (§ 11 MRVO)

Der Studiengang entspricht den Anforderungen gemäß § 11 MRVO.

Gemäß dem Gutachterteam sind die Qualifikationsziele klar und in der Präambel der Studien- und Prüfungsordnung übersichtlich dargestellt. Das Curriculum trägt den Zielen der Studiengänge angemessen Rechnung und gewährleistet die angestrebte Kompetenzentwicklung und Berufsbefähigung. Der Studiengang verfügt somit über sinnvolle, klare und valide Ziele. Die Qualifikationsziele umfassen fachliche und überfachliche Aspekte und befähigen zur Aufnahme einer qualifizierten Erwerbstätigkeit in den anvisierten Bereichen. Besonders positiv hebt der Gutachter aus der Wissenschaft das Wahlpflichtmodul „Persuasion & Negotiation“ hervor, welches nicht nur zur Persönlichkeitsbildung beiträgt, sondern auch überfachliche Fähigkeiten vermittelt, die in späteren Verhandlungssituationen (etwa in Kundengesprächen und Konditionenverhandlungen im Bereich Key Account Management) benötigt werden. Im Rahmen des Studiums wird Wert auf das wissenschaftliche Selbstverständnis gelegt. Besonders positiv bewertet der Gutachter aus der Wissenschaft die Vermittlung der wissenschaftlichen Methodenkompetenz im Studiengang, wie z.B. in den Modulen „Qualitative Research in Business“ oder „Research Methods“. Im Allgemeinen wird in den Modulen auch ausreichend Fokus auf eine konsequente praktische Anwendung der erlernten wissenschaftlichen Theorien durch Projekte und Fallbeispiele gelegt. Die Studierenden erlangen die Fähigkeit, komplexe Sachverhalte und Forschungsergebnisse aus der Masterarbeit in englischer Sprache mündlich wie schriftlich darzulegen und zu erörtern.

Gemäß dem Gutachter aus der Berufspraxis deckt das Studienangebot die Anforderungen des Arbeitsmarktes ab. Das Absolventenprofil ist aktuell und entspricht den Anforderungen der Berufspraxis. Die Bereiche Marketing und Vertrieb haben aktuell einen hohen Stellenwert in der Berufspraxis, durch eine Zusatzqualifikation im internationalen Marketing und Vertrieb eröffnet sich für die Absolvent*innen ein großes Berufsfeld. Ebenfalls gewährleistet die Vermittlung einer strategischen als auch operativen Ausrichtung im Studiengang ein weit gefächertes Berufs- und Arbeitsfeld für die Absolvent*innen. Die Berufs- und Arbeitsfelder passen zum Studiengang.

Aus Sicht des Gutachters aus der Wissenschaft entspricht das Niveau der Qualifikationsziele dem Abschlussgrad eines Masters gemäß dem „Qualifikationsrahmen für Deutsche Hochschulabschlüsse“ (HQR) und diese decken alle Dimensionen ab. Das zivilgesellschaftliche Engagement könnte noch präziser in den Qualifikationszielen abgebildet werden. Im Regelstudienverlauf wird ein Workload für die Befähigung zum zivilgesellschaftlichen Engagement integriert und in den Modulen „Persuasion & Negotiation“ sowie „Research in Business“ aufgegriffen. Die Ziele leisten einen Beitrag zur Berufsbefähigung und zur Persönlichkeitsentwicklung (umfasst auch die künftige zivilgesellschaftliche, politische und kulturelle Rolle).

Der Gutachter aus der Wissenschaft bewertet den konsekutiven Masterstudiengang International Marketing and Sales im Hinblick auf den Erwerb des fachspezifischen Wissens und dessen Einsatz und Anwendung im Bereich Marketing und Vertrieb als vertiefend und verbreitend.

Schlüssiges Studiengangskonzept und adäquate Umsetzung (§ 12 MRVO)

Der Studiengang entspricht den Anforderungen gemäß § 12.

Curriculum

Das Curriculum ist unter Berücksichtigung der festgelegten Eingangsqualifikation und im Hinblick auf die Erreichbarkeit der Qualifikationsziele adäquat aufgebaut. Gemäß dem Gutachter aus der Wissenschaft trägt es den Zielen des Studiengangs ausreichend Rechnung und gewährleistet unter Berücksichtigung der Eingangsqualifikation die angestrebte Kompetenzentwicklung und Berufsbefähigung. Das Curriculum umfasst die Vermittlung von fachlichem und fachübergreifendem Wissen sowie fachlichen Kompetenzen. Die Ausrichtung des Curriculums ist anwendungsorientiert. Die Module des Studiengangs sind inhaltlich ausgewogen und sinnvoll miteinander verknüpft. Die studentische Gutachterin beschreibt die Module im ersten als auch im zweiten Semester als studiengangsbezogen und sinnvoll, um alle wichtigen Kenntnisse zu erlernen, welche den Qualifikationszielen dienlich sind.

Das Gutachterteam sieht die Erlangung von Soft-Skills als eine wichtige Qualifikation, die künftig für den Arbeitsmarkt an Bedeutung zunimmt. Die inhaltliche Ausgewogenheit zwischen den „Knowledge Areas“ des Curriculums ist aus der Sicht des Gutachters aus der Wissenschaft gegeben, allerdings ist eine Erweiterung des Curriculums um weitere „Cross-Functional Skills“ empfehlenswert. Das Gutachterteam empfiehlt dem Studiengang zu prüfen, ob der Bereich der überfachlichen, berufsqualifizierenden Kompetenzen im Curriculum ausgebaut werden kann.

Empfehlung 1: Zur Erhöhung des erfolgreichen Einstiegs in das Berufsleben sollte das Studienkonzept um weitere berufsqualifizierende Schlüsselqualifikationen (ähnlich wie bereits das vorhandene Modul „Persuasion and Negotiation“) erweitert werden.

Die Qualifikationsziele, die Studiengangbezeichnung, der Abschlussgrad und das Modulkonzept sind ebenfalls stimmig zueinander.

Grundsätzlich sind die Modulbeschreibungen inhaltlich angemessen und aussagekräftig. Aus der Sicht des Gutachters aus der Wissenschaft lässt der Studiengangname „International Marketing & Sales“ auf eine stark internationale Ausrichtung des Studienangebots schließen. Die internationale Ausrichtung des Studiengangs ist zum Beispiel in den Modulen „International Economics & Markets“, „Managerial Economics & Pricing“ oder „New Channels and Customers“ durch entsprechende Lehrinhalte in den Modulbeschreibungen abgebildet. Der Gutachter aus der Wissenschaft empfiehlt dem Studiengang eine weitere Schärfung des internationalen Aspekts des Studienangebots auch in den übrigen Modulbeschreibungen, damit die im Studiengangnamen angegebene internationale Ausrichtung deutlicher widerspiegelt wird.

Empfehlung 2: Das internationale Profil sollte inhaltlich geschärft bzw. in den Modulbeschreibungen transparenter gemacht werden.

Um die anwendungsorientierte Praxiserfahrung im Studiengang noch einmal zu stärken, regt das Gutachterteam an, die existierenden Praxisprojekte mit Unternehmen in den Modulbeschreibungen transparenter zu machen. Des Weiteren regen die Studierendenvertreter*innen aus dem Studiengang an, im Modul „Quantitative Marketing“ die Zusammensetzung der Prüfungsleistung in der Modulbeschreibung zu konkretisieren und klarer zu kommunizieren.

Die Modulziele entsprechen dem Niveau eines Masters gemäß dem „Qualifikationsrahmen für Deutsche Hochschulabschlüsse“ (HQR). Die Modulziele sind kompetenzorientiert formuliert.

Studierendenzentriertes Lernen

Gemäß dem Gutachterteam sind vielfältige, an die Fachkultur und das Studienformat angepasste Lehr- und Lernformen sowie Praxisanteile enthalten. Durch die Anwendung verschiedener Lehr- und Lernformen (u.a. Projektarbeiten, Präsentationen, Gruppenarbeiten, Selbststudium) wird den Studierenden die Möglichkeit zu einem lebendigen und aktiven Studium eröffnet. Die studentische Gutachterin bewertet die Lehr- und Lernform des Projekts positiv, diese sind praxisorientiert und sinnvoll für die zu vermittelten Kompetenzen des Studiengangs. Gemäß dem Gutachter aus der Wissenschaft wird durch die Lehr- und Lernformen im Studiengang die Eigenständigkeit der Studierenden in den Erarbeitungen von Präsentationen und schriftlicher Ausarbeitung im Team sowie auch das Eigenstudium gefördert. Der Gutachter aus der Wissenschaft stellt einen leichten Überhang an Präsentationen als Prüfungsart fest und regt an, die Anzahl der Präsentationen als Leistungsnachweis hinsichtlich der Häufung in den einzelnen Semestern zu überdenken.

Elemente zur Förderung des studierendenzentrierten Lernens und Freiräume für ein selbstgestaltetes Studium sind unter anderem durch die Wahlpflichtmodule ausreichend vorhanden. Der Wahlpflichtbereich im Studienverlauf umfasst zwei Wahlmodule (10 CP), aus der Sicht des Gutachters aus der Wissenschaft ist dies für einen dreisemestrigen Master ausreichend. Die Gutachter*innen regen an, die in den Wahlpflichtbereich aus anderen Studiengängen aufzunehmenden Module auf die fachliche Passung zum Studiengangprofil zu prüfen.

Prüfungen und Prüfungsarten ermöglichen grundsätzlich eine aussagekräftige Überprüfung der erreichten Lernergebnisse. Sie sind modulbezogen und kompetenzorientiert.

Berufsbefähigung

Aus Sicht des Gutachters aus der Berufspraxis ist das Curriculum darauf ausgerichtet, den Studierenden eine Befähigung für die beschriebenen Arbeitsfelder zu vermitteln. Gemäß dem Gutachter helfen den Studierenden in den Modulen eingesetzte Case Studies, die erlernten Theorien/Tools bei echten Fällen anwenden zu können und den Bezug von Theorie und Praxis herzustellen.

Mobilitätsfenster/Internationalisierung

Geeignete Rahmenbedingungen zur Förderung der studentischen Mobilität sind grundsätzlich vorhanden. Die Modulstruktur erlaubt Mobilitätsfenster. Die Lehrveranstaltungen sind bis auf wenige Ausnahmen in englischer Sprache und tragen somit dem internationalen Anspruch des Studiengangs Rechnung.

Personelle und sächliche Ressourcen

Die Verbindung von Forschung und Lehre ist durch sechs hauptamtliche Professor*innen des Studienbereiches sichergestellt. Ein geringer Teil der Lehre wird durch Lehrbeauftragte erbracht, die über die notwendigen Qualifikationen verfügen. Bezüglich der Personalauswahl und -qualifizierung verfügt die Hochschule Aalen über einen zielgerichteten Berufungsprozess und ein umfassendes didaktisches Fortbildungs- und Beratungsangebot. Die Qualität des Lehrpersonals spiegelt sich auch in den Ergebnissen der Studiengangevaluation wider.

Die für die Durchführung der Studiengänge erforderlichen sächlichen Ressourcen stehen in ausreichendem Umfang zur Verfügung, um die Lehre und Betreuung im Studiengang zu gewährleisten. Dies betrifft sowohl Räumlichkeiten als auch den Zugang zur Bibliothek (einschließlich der Möglichkeiten der Online-Nutzung). Auch dies wird durch die Ergebnisse der Studiengangevaluation bestätigt.

Studierbarkeit

Gemäß den Gutachter*innen ist der Studiengang hinsichtlich des Arbeitsaufwands und der

Prüfungsbelastung in der Regelstudienzeit studierbar.

Die Ergebnisse der Studiengangevaluation und die Gespräche mit den Studierenden spiegeln wider, dass der Studienbetrieb, der durchschnittliche Arbeitsaufwand sowie die Prüfungsdichte und -organisation grundsätzlich angemessen sind. Die studentische Gutachterin bewertet den Arbeitsaufwand, die Prüfungsbelastung als auch die Eingangsqualifikation als angemessen.

Der Aufbau des Studiums mit maximal 30 Leistungspunkten pro Semester entspricht den Vorgaben der Akkreditierung. Der Studiengang ist vollständig modularisiert. Die Module entsprechen grundsätzlich den Vorgaben der Kultusministerkonferenz mit einer Modulgröße von mindestens 5 Leistungspunkten.

Die Überschneidungsfreiheit von Lehrveranstaltungen und Prüfungen ist an der Hochschule Aalen durch einen festen Stundenplan und einen definierten Prüfungszeitraum gewährleistet.

Der studentische Workload wird insbesondere über die regelmäßig durchgeführten Lehrevaluationen überprüft.

Fachlich-inhaltliche Gestaltung der Studiengänge (§ 13 MRVO)

Der Studiengang entspricht den Anforderungen gemäß § 13 Abs. 1 MRVO.

Die Aktualität und Adäquanz der fachlichen und wissenschaftlichen Anforderungen ist in den Studiengangunterlagen gemäß der Rückmeldung der externen fachlichen Gutachter*innen gewährleistet. Die Modulbeschreibungen sind gut und aussagekräftig.

Die Berücksichtigung des fachlichen Diskurses auf nationaler und internationaler Ebene wird im Rahmen von Forschungstätigkeiten, Veröffentlichung von Publikationen und bei der Ausrichtung von Fachkonferenzen durch die Professor*innen an der Hochschule Aalen sichergestellt. Die Hochschule positionierte sich 2019 zum dreizehnten Mal in Folge als forschungstärkste Hochschule für angewandte Wissenschaften in Baden-Württemberg, gemessen an Drittmitteln und Publikationen pro Professor*in. Die Fakultät Wirtschaftswissenschaften leistet hierzu einen maßgeblichen Beitrag. Die Forschungsaktivitäten fließen wiederum in die Lehre ein.

Die Digitalisierung hat starken Einfluss auf die didaktische und curriculare Weiterentwicklung des Studiengangs.

Durch ein umfassendes didaktisches Fortbildungs- und Beratungsangebot sowie durch das E-Learning und Didaktik-Zentrum an der Hochschule werden die Lehrenden kontinuierlich bei der Weiterentwicklung der methodisch-didaktischen Ansätze in den Veranstaltungen unterstützt.

Geschlechtergerechtigkeit und Nachteilsausgleich (§ 15 MRVO)

Der Studiengang entspricht den Anforderungen gemäß § 15 MRVO.

Die Hochschule verfügt über ein Konzept zur Geschlechtergerechtigkeit und zur Förderung der Chancengleichheit von Studierenden in besonderen Lebenslagen. Die wesentlichen Ziele und Maßnahmen der Hochschule sind im Gleichstellungsplan festgehalten, der alle fünf Jahre weiterentwickelt wird. Die Umsetzung der Grundsätze zur Geschlechtergerechtigkeit und Förderung der Chancengleichheit ist durch strukturelle Maßnahmen (z.B. Beauftragte für Gleichstellung und Chancengleichheit, Regelungen in den Studien- und Prüfungsordnungen) und entsprechend gestaltete Prozesse, wie beispielsweise die Teilnahme der Gleichstellungsbeauftragten an allen Berufungsprozessen, sichergestellt.

Zudem verfügt die Hochschule Aalen über ein spezielles Kursangebot zur Erlangung und Stärkung von Soft-Skills sowie über ein 2013 aufgebautes Mentoring-Programm speziell für Studentinnen.

Studienerfolg (§ 14 MRVO)

Der Studiengang entspricht den Anforderungen gemäß § 14 MRVO.

Die Hochschule Aalen verfügt als systemakkreditierte Hochschule (seit 2015) über eine Evaluations- und eine Qualitätsmanagementsatzung. In diesen Dokumenten sind die hochschulweit standardisierten Qualitätssicherungs- und Qualitätsentwicklungsmaßnahmen definiert, die den PDCA-Zyklus unter Beteiligung von Studierenden und Absolvent*innen zur Sicherung des Studienerfolgs sicherstellen. Der Studiengang hat alle definierten Qualitätssicherungsmaßnahmen der Hochschule durchgeführt.

Ein zentrales Element des hochschulweiten Qualitätsmanagementsystems sind die Planungsbesprechungen der Studiengänge mit dem Rektorat unter Begleitung der Stabsstelle für Qualitätsmanagement. In diesen werden die Entwicklung der Studiengänge (auch unter Einbezug eines Kennzahlensets) und die durchgeführten Qualitätssicherungsmaßnahmen thematisiert und die strategische Weiterentwicklung wird diskutiert. Ziel der Diskussion ist es, den Studienerfolg zu sichern und die Studienqualität kontinuierlich zu verbessern.

Das Verständnis der Hochschule von „Studienerfolg“ ist im „Leitbild der Lehre“ definiert. Der Studienerfolg wird u.a. mittels der Zufriedenheit der Absolvent*innen und Studierenden, Kennzahlen wie dem Drop-Out, der Studienerfolgsquote und der durchschnittlichen Studiendauer ermittelt. Gemäß der Studierendenbefragung sind die Rückmeldungen der Studierenden zu den Studienaspekten grundsätzlich positiv. Dem Wunsch der Studierenden aus der Studiengangbefragung hinsichtlich der Möglichkeit der individuellen Schwerpunktsetzung bzw. Freiheit bei der Modulwahl ist der Studiengang nachgegangen. Der Informationsprozess bezüglich der Wahlangebote ist zeitlich und inhaltlich optimiert worden, sodass die Studierenden frühzeitig über die Wahlmöglichkeiten aus dem Gesamtangebot der Hochschule Aalen informiert werden. Ebenfalls verbesserte der Studiengang die Informationsprozesse hinsichtlich der Evaluationsergebnisse. Erste Ergebnisse zu Rückmeldungen der Absolvent*innen des Studiengangs werden Anfang 2021 vorliegen.

Die durchschnittliche Studiendauer ist angemessen (siehe auch unter Kriterium Studierbarkeit).

Die Empfehlungen aus dem letzten Akkreditierungsverfahren (z.B. Schärfung der kompetenzorientierten Formulierungen in den Modulbeschreibungen und Qualifikationszielen, Erhöhung der Transparenz des Prüfungssystems) wurden im Wesentlichen erfüllt. Bezüglich der Thematik „internationales Profil“ sieht das Gutachterteam noch Handlungsbedarf, indem in den Modulbeschreibungen der internationale Fokus des Studienganges mehr herausgestellt wird (siehe Empfehlung 2).

Sonderregelungen für Joint-Degree-Programme (§ 16 MRVO)

Entfällt

Kooperationen mit nichthochschulischen Einrichtungen (§ 19 MRVO)

Entfällt

Hochschulische Kooperationen (§ 20 MRVO)

Entfällt

III Beschreibung des Prozesses zur Siegelvergabe

Die Hochschule Aalen ist seit 2015 systemakkreditiert. Das Qualitätsmanagementsystem an der Hochschule beinhaltet mehrere Elemente, die für die Akkreditierung der Studiengänge (mit Vergabe des Siegels) relevant sind. Diese sind in der hochschulweiten Satzung für Qualitätsmanagement der Hochschule Aalen definiert. Die wesentlichen Elemente werden im Folgenden gemäß der aktuellsten Version der Satzung (Stand 27.02.2019) zusammengefasst.

Ein zentrales Element des hochschulweiten Qualitätsmanagementsystems sind die Planungsbesprechungen der Studiengänge mit dem Rektorat unter Begleitung der Stabsstelle für Qualitätsmanagement. In diesen werden die Entwicklung der Studiengänge (auch unter Einbezug eines Kennzahlensets) und die durchgeführten Qualitätssicherungsmaßnahmen thematisiert und die strategische Weiterentwicklung wird diskutiert. Ziel der Diskussion ist es, den Studienerfolg zu sichern und die Studienqualität kontinuierlich zu verbessern. Mit den Studiengängen werden Zielvereinbarungen geschlossen, deren Umsetzung in der darauffolgenden Planungsbesprechung diskutiert wird.

Ein weiteres zentrales Element des Qualitätsmanagements sind die internen Akkreditierungen. In den internen Akkreditierungsverfahren steht die Überprüfung aller Akkreditierungskriterien unter Einbezug externer fachlich-inhaltlicher Expertise aus der Wissenschaft, Berufspraxis und Studierendenschaft im Vordergrund. Auf Basis der Ergebnisse des Verfahrens machen die externen Gutachter*innen einen Vorschlag bezüglich Auflagen und Empfehlungen für den geprüften Studiengang. Der Senat trifft die letztendliche Entscheidung über den Akkreditierungsstatus eines Studiengangs. Bei einem positiven Bescheid wird der Studiengang für acht Jahre akkreditiert.

Zudem müssen die Studiengänge die hochschulweit standardisierten Qualitätssicherungsinstrumente einsetzen. Dazu gehören unter anderem die Durchführungen der Lehrveranstaltungs-evaluation, der Studiengangbefragung und Absolventenbefragung.