

AKKREDITIERUNGSBERICHT

STUDIENGANG: Digital Business & Marketing Intelligence (ehem. Digital Business, ehem. Wirtschaftsinformatik)

Abschluss:	Master of Science (M.Sc.)
Regelstudienzeit:	3 Semester
Studienform:	Vollzeit
Fakultät:	Elektrotechnik und Informatik
Aufnahme des Studienbetriebs:	WS 2006/2007
Akkreditierung am:	27.06.2024
Akkreditierung bis:	26.06.2032
Peer-Review am:	15.05.2024
Anzahl Auflagen:	keine

Inhaltsverzeichnis:

1	Zusammenfassung.....	2
2	Studiengangprofil.....	2
3	Gutachterinnen und Gutachter des Peer-Reviews	3
4	Weitere Beteiligte des Peer-Reviews.....	3
5	Zusammenfassende Beurteilung durch die Peergroup.....	4
5.1	Umgang mit den Empfehlungen der letzten Akkreditierung.....	4
5.2	SWOT-Analyse.....	5
5.3	Erfüllung der Kriterien für die Akkreditierung von Studiengängen	6
5.4	Empfehlungen der Gutachtergruppe	13
5.5	Auflagen der Gutachtergruppe.....	13
5.6	Umgang des Studiengangs mit den Empfehlungen und Auflagen	13
6	Beurteilung durch den Senat.....	13
6.1	Interne Akkreditierung des Studiengangs	13

1 Zusammenfassung

Die Peergroup war mit dem überarbeiteten Curriculum und der Ausgestaltung des Masters sehr zufrieden. Der anwendungsorientierte Studiengang bereitet Studierende, je nach gewähltem Profil, sehr gut auf die Anforderungen in den Tätigkeitsfeldern des Digital Business bzw. der Marketing Intelligence vor. Die Empfehlungen der vorangehenden Akkreditierung beurteilen die Gutachtenden als weitestgehend umgesetzt.

Die Gutachtenden listen eine Vielzahl an Stärken des Studiengangs auf. Sie loben insbesondere den integrativen Ansatz bei der Kombination der beiden Fachrichtungen Wirtschaft & Informatik, das Vereinen wichtiger Kernkompetenzen in dem interdisziplinären Berufsfeld und die gelungene Verbindung von Forschung, Lehre und Praxis. Es wurden auch einige wenige Schwächen festgestellt, so z.B. das Potential für mögliche inhaltliche Dopplungen und Lücken im Vergleich zum Bachelor sowie ein fehlendes Konzept für die Vermittlung von KI-Literacy und den Einsatz von KI in der Lehre.

Die formalen und fachlich-inhaltlichen Kriterien für Studiengänge aus der Studienakkreditierungsverordnung wurden von den Peers als erfüllt bestätigt. Die Peergroup hat für den Studiengang vier Empfehlungen vorgeschlagen. Sie raten dazu, kontinuierlich zu erheben welche Profile und welche Wahlmodule abhängig vom Bachelorstudiengang gewählt werden. Empfohlen werden auch eine bessere Kommunikation von Wahlmodule aus anderen Studiengängen und das Integrieren von Gastvorträge in weitere Module. Die Peergroup sieht keine Auflagen für den Studiengang vor.

2 Studiengangprofil

Als konsekutive Fortführung der Bachelorstudiengänge Wirtschaftsinformatik sowie Internet & Online-Marketing bietet der Master mit dem Abschlussgrad "Master of Science" ausgewogene Anteile in den Bereichen Digital Business und Marketing Intelligence, die durch Auswahl eines Profils vertieft werden. Für Quereinsteiger*innen wird ein individueller Studienplan mit Brückenkursen bzw. Brückensemestern erstellt. Das Studium umfasst drei Fachsemester. Die Zulassung ist sowohl zum Winter- als auch Sommersemester möglich. Ein besonderer Fokus liegt bei allen Veranstaltungen in der Praxisorientierung.

Absolvent*innen werden in nahezu allen Organisationen benötigt, da die Digitalisierung (z.B. digitale Strategien, digitale Geschäftsmodelle, digitale Prozesse, digitale Produkte & Services und deren Vermarktung) alle Branchen und Funktionsbereiche betrifft. Sie sollen in der Lage sein, Verantwortung in IT-Projekten sowie Führungspositionen in Organisationen im Rahmen des digitalen Wandels zu übernehmen. Die Studierenden werden darauf vorbereitet, Probleme und Herausforderungen im Bereich des Digital Business & Marketing Intelligence zu erkennen und zu verstehen. Die vermittelten Kompetenzen umfassen die Beherrschung des Einsatzes digitaler Technologien, der Methoden zur Beschaffung, Analyse und Aufbereitung von Daten sowie deren Auswirkungen auf die ganze Organisation.

Neben der Vermittlung von Fach- und Methodenkompetenz (die u.a. auch zur Promotion befähigt) wird ein großer Wert auf die Persönlichkeitsbildung (z.B. Reflexionsfähigkeit des eigenen beruflichen Handelns) sowie auf die Weiterentwicklung von Sozialkompetenz (z.B. Erkennung von Konfliktpotenzialen) gelegt.

3 Gutachterinnen und Gutachter des Peer-Reviews

Name	Institution / Unternehmen	Funktion im Verfahren
Prof. Dr. Jens Kolb	Hochschule für angewandte Wissenschaften Neu-Ulm (HNU) Vizepräsident Transfer und Weiterbildung	Externer Vertreter der Wissenschaft
Dipl.-Ing. Harald Steinhilber	Rentschler Biopharma SE Director Digital Infrastructure and Technologies	Vertreter der Berufspraxis
Liliana Schmid	Pädagogische Hochschule Weingarten Studierende Grundschullehramt im letzten Mastersemester	Externe Studierende
Johannes Vollmer	doubleSlash Net-Business GmbH Software-Entwickler	Absolvent des Studiengangs
Prof. Dr. Martin Smaga	Hochschule Ravensburg-Weingarten	Gleichstellungsbeauftragter & wissenschaftliche Vertretung einer Nachbafakultät (Fak. Technologie & Management)
Dominique Mutz		Vertreter der Studierendenschaft der RWU (Bachelor Energie- und Umwelttechnik)

4 Weitere Beteiligte des Peer-Reviews

Die nachstehenden Personen begleiten das Peer-Review in organisierenden oder beratenden Rollen und sind nicht stimmberechtigt. Bei den internen Besprechungen der Gutachtenden ist aus dieser Personengruppe nur die Protokollführerin anwesend.

Dr. Mareike Schad, Teamkoordinatorin Qualitätsmanagement, Verfahrensleitung

Prof. Dr. Bela Mutschler, Dekan der Fakultät Elektrotechnik und Informatik

Nelly Michel, Mitarbeiterin im Qualitätsmanagement (Organisatorische Begleitung und Protokoll)

5 Zusammenfassende Beurteilung durch die Peergroup

5.1 Umgang mit den Empfehlungen der letzten Akkreditierung

In der letzten Akkreditierung (2020) wurden folgende Empfehlungen für den Studiengang ausgesprochen:

- (1) Überprüfen des Zusammenhangs zwischen den Modulen des Masterstudiengangs Digital Business und anderer Studiengänge und explizite Beschreibung des Zusammenhangs in der Modulbeschreibung.
- (2) Verdeutlichen der Brückenkurse für die Einmündung der IOM Bachelorstudiengänge in den Master.
- (3) Mit zunehmender Einbindung externer Lehrbeauftragter in die Lehre bestünde die Notwendigkeit der Sicherung der fachlichen und didaktischen Qualität der Lehrbeauftragten durch Etablierung eines geeigneten Qualitätssicherungskonzeptes.
- (4) Prüfung der Möglichkeit der zeitlichen Entzerrung der zu erbringenden Prüfungsleistungen.

Bewertung der Umsetzung der Empfehlungen durch die Peergroup:

Zu (1): Der neu konzipierte Master Digital Business & Marketing Intelligence stellt eine konsekutive Fortführung der Bachelorstudiengänge der Wirtschaftsinformatik sowie von Internet & Online-Marketing dar. Im neuen Modulhandbuch werden mithilfe der Module die Studiengangziele sowie allgemein der Zusammenhang der Module erläutert. Da die Module nicht aufeinander aufbauen, ist eine Querverbindung der einzelnen Module (auf Modulebene unter Verwendbarkeit des Moduls) nicht notwendig. Ein Zusammenhang mit anderen Studiengängen an der RWU ist gering. Eine Überschneidung existiert lediglich in Teilen für die Module „International Digital Business“ und „Advanced Controlling“ mit dem Masterstudiengang Betriebswirtschaftslehre und Unternehmerisches Handeln. Im Sinne der Interdisziplinarität sind über Wahlmodule Zusammenhänge zwischen den Studiengängen herzustellen.

Zu (2): Nach intensiver Auseinandersetzung mit dieser Empfehlung folgt der neu konzipierte Master Digital Business & Marketing Intelligence und damit die konsekutive Fortführung sowohl der Bachelorstudiengänge der Wirtschaftsinformatik als auch von Internet & Online-Marketing.

Zu (3): Allgemein wurden, um der Anforderung eines Qualitätssicherungskonzeptes Rechnung zu tragen, Verantwortlichkeiten (Professor*innen des Studiengangs) für Lehrbeauftragte definiert. Diese übernehmen die regelmäßige Sicherung der fachlichen und didaktischen Qualität der Lehrbeauftragten (u.a. durch Sichtung der Vorlesungsunterlagen, Feedbackgespräche mit den Studierenden und Abstimmung der Lehrinhalte mit den Lehrbeauftragten). Zudem werden auch für Lehrbeauftragte Lehrevaluationen durchgeführt, deren Ergebnisse die jeweilige Studiengangleitung erhält.

Zu (4): Im Sinne einer kompetenzorientierten Lehre und um den Workload innerhalb der Semester zu verteilen wird auf den Einsatz unterschiedlicher Prüfungsformen geachtet (z.B. Portfolioprüfungen und eine mündliche Prüfung auch während des Semesters). Zudem werden manche Module als Blockveranstaltungen vor Vorlesungsbeginn gehalten, deren Klausur zu Beginn der Vorlesungszeit stattfindet. So liegt der Anteil anderer Prüfungsformen als eine K90-Klausur in der Regel bei mindestens 40%. Eine Ausnahme ist hierfür das Profil Digital Marketing im zweiten Fachsemester, in welchem der Mindestanteil bei 20% liegt.

5.2 SWOT-Analyse

Die Gutachtenden listen eine Vielzahl an Stärken auf, unter anderem den integrativen Ansatz bei der Kombination der beiden Fachrichtungen Wirtschaft & Informatik und das Vereinen wichtiger Kernkompetenzen in dem interdisziplinären Berufsfeld. Als Stärken nennen sie auch die gelungene Verbindung von Forschung, Lehre und Praxis und die implizite Anpassung an dynamische Entwicklungen (z.B. KI) durch projektorientiertes Arbeiten.

Die Gutachtenden sehen das neue Curriculum, welches den Marketing-Blickwinkel verstärkt in die IT bringt, als zeitgemäße Evolution des Studiengangs hin zur End2End Betrachtung. Dadurch erfolgt eine Stärkung des Alleinstellungsmerkmals (USP) des Studiengangs. Durch die konsequente Weiterentwicklung des bestehenden Digital Business Masters mit Blick auf den Bachelor Internet & Online Marketing (IOM) entsteht ein aufbauender Master für IOM und ein leichter Zugang für Quereinsteiger anderer wirtschafts- oder informatiknaher Bachelorstudiengänge. Zudem loben die Peers die Glättung des Workloads durch Entzerrung von Prüfungsleistungen (Blockveranstaltungen, Portfolio-Prüfungen, Projektarbeiten) und die Verbreiterung des Wahlmodulangebots mit mehr Spielraum bei den Wahlmöglichkeiten im neuen Curriculum.

Eine Schwäche des Studiengangs sehen die Gutachtenden in möglichen inhaltlichen Dopplungen und Lücken im Vergleich zum Bachelor. Hier besteht Potential zur Schärfung des Master-Anspruchs. Zudem fehlt ein Konzept für die Vermittlung von KI-Literacy und den Einsatz von KI in der Lehre. Das Modulhandbuch empfinden die Gutachtenden als uneinheitlich. Insbesondere folgende Punkte geben Raum zur Optimierung: Prüfungsformen und Begriffe sind inkonsistent formuliert („Thesis“ vs. „Master Thesis“); die Formatierung der Inhalte ist uneinheitlich; das Modul „Innovations- und Transferkompetenz“ (Schlüsselqualifikationen) wird als zweisemestrig, in der SPO aber als einsemestrig kommuniziert. Die Peers finden zudem Soft Skills wenig präsent (Personalführung, Team-Wert, Reflexion). Zudem wird kritisiert, dass Gastvorträge nicht in allen Modulen zu finden sind.

Die Schwerpunktverlegung von der reinen Wirtschaftsinformatik hin in Richtung Marketing sehen die Gutachtenden als Chance für den Studiengang und für eine gesamtheitlichere Ausbildung der Studierenden. Es wird ein Anschluss für IOM-Absolventinnen und -Absolventen geschaffen sowie der Quereinstieg für andere Studiengänge erleichtert. Durch den Zugang aus dem IOM Bachelor, der einen überdurchschnittlich hohen Anteil Studentinnen aufweist, könnte auch der Anteil der Absolventinnen im Master zunehmen. Eine weitere Chance stellt die verbesserte Individualisierbarkeit des Studiums durch Profilwahl und Wahlfach dar. Durch einen Studiengang mit zwei Profilen besteht das Potenzial für Synergie-Effekte. Eine Stärkung von Gastvorträgen könnte dem Master zu noch mehr Praxisnähe verhelfen.

Eines der größten Risiken für den Studiengang sehen die Peers in einer möglicherweise abschreckenden Wirkung des neuen Namens auf Studierende der Wirtschaftsinformatik und dem Verlust des Wirtschaftsinformatik-Images. Die beiden Profile können unterschiedliche Zielgruppen haben, was zu einer erhöhten Heterogenität und eventueller Spaltung der Studierendengruppe führen könnte. Zudem könnten die Kriterien für einen Master of Science aufgeweicht werden. Kompetente datengetriebene Entscheidungen sind nach Meinung der Peers nur mit entsprechenden Statistik- und Mathematikkenntnissen möglich, jedoch ist unklar ob bei allen Studierenden die notwendigen Grundlagen vorhanden sind. Des Weiteren ist ungewiss, welches Profil Studierende aus dem IOM- und dem WI-Bachelor wählen.

5.3 Erfüllung der Kriterien für die Akkreditierung von Studiengängen

Die Gutachtenden sehen die Kriterien für die Akkreditierung von Studiengängen¹, soweit für den Studiengang relevant, als erfüllt an:

Formale Kriterien für Studiengänge		
Kriterium	Status	Bemerkungen
<p>§ 3 Studienstruktur und Studiendauer</p> <p>(1) Im System gestufter Studiengänge ist der Bachelorabschluss der erste berufsqualifizierende Regelabschluss eines Hochschulstudiums; der Masterabschluss stellt einen weiteren berufsqualifizierenden Hochschulabschluss dar. Grundständige Studiengänge, die unmittelbar zu einem Masterabschluss führen, sind mit Ausnahme der in Absatz 3 genannten Studiengänge ausgeschlossen.</p> <p>(2) Die Regelstudienzeiten für ein Vollzeitstudium betragen [...] vier, drei oder zwei Semester bei den Masterstudiengängen. [...] Bei konsekutiven Studiengängen beträgt die Gesamtregelstudienzeit im Vollzeitstudium fünf Jahre (zehn Semester). Längere Regelstudienzeiten sind bei entsprechender studienorganisatorischer Gestaltung ausnahmsweise möglich, um den Studierenden eine individuelle Lernbiografie, insbesondere durch Teilzeit-, Fern- oder berufsbegleitendes Studium, zu ermöglichen. [...]</p>	<p>erfüllt</p> <p>erfüllt</p>	<p>Gemäß dem System gestufter Studiengänge setzt der Master Digital Business & Marketing Intelligence einen Bachelorabschluss voraus und stellt einen weiteren berufsqualifizierenden Hochschulabschluss dar.</p> <p>Die Regelstudienzeit des Vollzeit-Masters beträgt 3 Semester. Für Quereinsteiger wird ein individueller Studienplan mit Brückenkursen bzw. Brückensemestern erstellt.</p>
<p>§ 4 Studiengangsprofile</p> <p>(1) Masterstudiengänge können in anwendungsorientierte und forschungsorientierte Studiengänge unterschieden werden. [...]. Das jeweilige Profil ist in der Akkreditierung festzustellen.</p> <p>(2) Bei der Einrichtung eines Masterstudiengangs ist festzulegen, ob er konsekutiv oder weiterbildend ist. Weiterbildende Masterstudiengänge entsprechen in den Vorgaben zur Regelstudienzeit und zur Abschlussarbeit den konsekutiven Masterstudiengängen und führen zu dem gleichen Qualifikationsniveau und zu denselben Berechtigungen.</p> <p>(3) Bachelor- und Masterstudiengänge sehen eine Abschlussarbeit vor, mit der die Fähigkeit nachgewiesen wird, innerhalb einer vorgegebenen Frist ein Problem aus dem jeweiligen Fach selbständig nach wissenschaftlichen beziehungsweise künstlerischen Methoden zu bearbeiten.</p>	<p>erfüllt</p> <p>erfüllt</p> <p>erfüllt</p>	<p>Das Profil des Masters ist anwendungsorientiert.</p> <p>Der Master ist als konsekutive Fortführung der Bachelorstudiengänge Wirtschaftsinformatik sowie Internet & Online-Marketing konzipiert.</p> <p>Der Studiengang sieht eine wissenschaftliche Masterarbeit als Abschlussarbeit vor.</p>

¹ Vgl. Verordnung des Wissenschaftsministeriums zur Studienakkreditierung (Studienakkreditierungsverordnung – StAkkrVO) vom 18.04.2018, GBl. Vom 22. Mai 2018, Abschnitt 2 und 3, gekürzt.

<p>§ 7 Modularisierung</p> <p>(1) Die Studiengänge sind in Studieneinheiten (Module) zu gliedern, die durch die Zusammenfassung von Studieninhalten thematisch und zeitlich abgegrenzt sind. Die Inhalte eines Moduls sind so zu bemessen, dass sie in der Regel innerhalb von maximal zwei aufeinander folgenden Semestern vermittelt werden können; in besonders begründeten Ausnahmefällen kann sich ein Modul auch über mehr als zwei Semester erstrecken. [...]</p> <p>(2) Die Beschreibung eines Moduls soll mindestens enthalten:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Inhalte und Qualifikationsziele des Moduls, 2. Lehr- und Lernformen, 3. Voraussetzungen für die Teilnahme, 4. Verwendbarkeit des Moduls, 5. Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten entsprechend dem European Credit Transfer System (ECTS-Leistungspunkte), 6. ECTS-Leistungspunkte und Benotung, 7. Häufigkeit des Angebots des Moduls, 8. Arbeitsaufwand und 9. Dauer des Moduls. <p>(3) Unter den Voraussetzungen für die Teilnahme sind die Kenntnisse, Fähigkeiten und Fertigkeiten für eine erfolgreiche Teilnahme und Hinweise für die geeignete Vorbereitung durch die Studierenden zu benennen. Im Rahmen der Verwendbarkeit des Moduls ist darzustellen, welcher Zusammenhang mit anderen Modulen desselben Studiengangs besteht und inwieweit es zum Einsatz in anderen Studiengängen geeignet ist. Bei den Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Leistungspunkten ist anzugeben, wie ein Modul erfolgreich absolviert werden kann (Prüfungsart, -umfang, -dauer).</p>	<p>erfüllt</p> <p>erfüllt</p> <p>erfüllt</p>	<p>Die Ansprüche bezüglich Modularisierung werden vom Studiengang erfüllt. Das Modulhandbuch folgt der in der Verordnung beschriebenen Gliederung. Die Module sind nachvollziehbar und entsprechend der Vorgaben beschrieben. Keines der Module umfasst mehr als zwei Semester.</p> <p>Die Module sind gut beschrieben, es sollte allerdings auf Einheitlichkeit bei der Befüllung der Gliederungspunkte geachtet werden.</p>
<p>§ 8 Leistungspunktesystem</p> <p>(1) Jedem Modul ist in Abhängigkeit vom Arbeitsaufwand für die Studierenden eine bestimmte Anzahl von ECTS-Leistungspunkten zuzuordnen. Je Semester sind in der Regel 30 ECTS-Leistungspunkte zu Grunde zu legen. Ein ECTS-Leistungspunkt entspricht einer Gesamtarbeitsleistung der Studierenden im Präsenz- und Selbststudium von 25 bis höchstens 30 Zeitstunden. Für ein Modul werden ECTS-Leistungspunkte gewährt, wenn die in der Prüfungsordnung vorgesehenen Leistungen nachgewiesen werden. Die Vergabe von ECTS-Leistungspunkten setzt nicht zwingend eine Prüfung, sondern den erfolgreichen Abschluss des jeweiligen Moduls voraus.</p>	<p>erfüllt</p>	<p>Das Leistungspunktesystem wurde vollumfänglich umgesetzt. Jedes der drei Semester umfasst 30 ECTS-Punkte. Es ist klar ersichtlich, welche Leistungen notwendig sind, um die ECTS-Punkte je Modul zu erhalten. Der Workload scheint angemessen und über das Studium ausgeglichen zu sein.</p>

<p>(2) [...] Für den Masterabschluss werden unter Einbeziehung des vorangehenden Studiums bis zum ersten berufsqualifizierenden Abschluss 300 ECTS-Leistungspunkte benötigt. [...]</p> <p>(3) Der Bearbeitungsumfang beträgt für die Masterarbeit 15 bis 30 ECTS-Leistungspunkte. [...]</p> <p>(4) In begründeten Ausnahmefällen können für Studiengänge mit besonderen studienorganisatorischen Maßnahmen bis zu 75 ECTS-Leistungspunkte pro Studienjahr zugrunde gelegt werden. Dabei ist die Arbeitsbelastung eines ECTS-Leistungspunktes mit 30 Stunden bemessen. Besondere studienorganisatorische Maßnahmen können insbesondere Lernumfeld und Betreuung, Studienstruktur, Studienplanung und Maßnahmen zur Sicherung des Lebensunterhalts betreffen. [...]</p>	<p>erfüllt</p> <p>erfüllt</p> <p>nicht relevant</p>	<p>Insgesamt werden für den Abschluss 300 ECTS-Leistungspunkte benötigt (210 ECTS aus Bachelor und 90 ECTS aus Master).</p> <p>Der Bearbeitungsumfang für die Masterarbeit beträgt 26 ECTS plus 4 ECTS für das Kolloquium.</p>
<p>§ 9 Besondere Kriterien für Kooperationen mit nichthochschulischen Einrichtungen</p>	<p>nicht relevant</p>	<p>Es sind keine Kooperationen vorhanden.</p>

Fachlich-inhaltliche Kriterien für Studiengänge [...]		
Kriterium	Status	Bemerkung
<p>§ 11 Qualifikationsziele und Abschlussniveau</p> <p>(1) Die Qualifikationsziele und die angestrebten Lernergebnisse sind klar formuliert und tragen den in Artikel 2 Absatz 3 Nummer 1 des Studienakkreditierungsstaatsvertrages genannten Zielen von Hochschulbildung nachvollziehbar Rechnung. Die Dimension Persönlichkeitsbildung umfasst auch die künftige zivilgesellschaftliche, politische und kulturelle Rolle der Absolventinnen und Absolventen. Die Studierenden sollen nach ihrem Abschluss in der Lage sein, gesellschaftliche Prozesse kritisch, reflektiert sowie mit Verantwortungsbewusstsein und in demokratischem Gemeinsinn maßgeblich mitzugestalten.</p> <p>(2) Die fachlichen und wissenschaftlichen oder künstlerischen Anforderungen umfassen die Aspekte Wissen und Verstehen (Wissensverbreiterung, Wissensvertiefung und Wissensverständnis), Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen oder Kunst (Nutzung und Transfer, wissenschaftliche Innovation), Kommunikation und Kooperation sowie wissenschaftliches oder künstlerisches Selbstverständnis und Professionalität und sind stimmig im Hinblick auf das vermittelte Abschlussniveau.</p> <p>(3) [...] Konsekutive Masterstudiengänge sind als vertiefende, verbreiternde, fachübergreifende oder fachlich andere Studiengänge ausgestaltet. Weiterbildende Masterstudiengänge setzen qualifizierte berufspraktische Erfahrung von in der Regel nicht unter einem Jahr voraus. Das Studiengangkonzept weiterbildender Masterstudiengänge berücksichtigt die beruflichen Erfahrungen und knüpft zur</p>	<p>erfüllt</p> <p>erfüllt</p> <p>erfüllt</p>	<p>Für jedes Modul wurden Qualifikationsziele formuliert, die den unterschiedlichen Kompetenzdimensionen vollumfänglich Rechnung tragen.</p> <p>Neben der Vermittlung von Fach- und Methodenkompetenz (die u.a. auch zur Promotion befähigt) wird Wert auf die Persönlichkeitsbildung sowie kritische Reflektion gesellschaftlicher Prozesse (insbesondere Modul „Gesellschaftliche Auswirkungen der Digitalisierung“) gelegt.</p> <p>Als konsekutiver Master zu den Bachelorstudiengängen Wirtschaftsinformatik und Internet & Online-Marketing kann der Studiengang je nach Profilwahl vertiefend oder verbreiternd gestaltet werden.</p>

Fachlich-inhaltliche Kriterien für Studiengänge [...]		
Kriterium	Status	Bemerkung
Erreichung der Qualifikationsziele an diese an. Bei der Konzeption legt die Hochschule den Zusammenhang von beruflicher Qualifikation und Studienangebot sowie die Gleichwertigkeit der Anforderungen zu konsekutiven Masterstudiengängen dar. [...]		
<p>§ 12 Schlüssiges Studiengangskonzept und adäquate Umsetzung</p> <p>(1) Das Curriculum ist unter Berücksichtigung der festgelegten Eingangsqualifikation und im Hinblick auf die Erreichbarkeit der Qualifikationsziele adäquat aufgebaut.</p> <p>Die Qualifikationsziele, die Studiengangbezeichnung, Abschlussgrad und -bezeichnung und das Modulkonzept sind stimmig aufeinander bezogen. Das Studiengangskonzept umfasst vielfältige, an die jeweilige Fachkultur und das Studienformat angepasste Lehr und Lernformen sowie gegebenenfalls Praxisanteile. Es schafft geeignete Rahmenbedingungen zur Förderung der studentischen Mobilität, die den Studierenden einen Aufenthalt an anderen Hochschulen ohne Zeitverlust ermöglichen. Es bezieht die Studierenden aktiv in die Gestaltung von Lehr- und Lernprozessen ein (studierendenzentriertes Lehren und Lernen) und eröffnet Freiräume für ein selbstgestaltetes Studium.</p> <p>(2) Das Curriculum wird durch ausreichendes fachlich und methodisch-didaktisch qualifiziertes Lehrpersonal umgesetzt. Die Verbindung von Forschung und Lehre wird entsprechend dem Profil der Hochschulart insbesondere durch hauptberuflich tätige Professorinnen und Professoren sowohl in grundständigen als auch weiterführenden Studiengängen gewährleistet. Die Hochschule ergreift geeignete Maßnahmen der Personalauswahl und -qualifizierung.</p> <p>(3) Der Studiengang verfügt darüber hinaus über eine angemessene Ressourcenausstattung, insbesondere nicht-wissenschaftliches Personal, Raum- und Sachausstattung, einschließlich IT-Infrastruktur, Lehr- und Lernmittel.</p> <p>(4) Prüfungen und Prüfungsarten ermöglichen eine aussagekräftige Überprüfung der erreichten Lernergebnisse.</p> <p>Sie sind modulbezogen und kompetenzorientiert.</p> <p>(5) Die Studierbarkeit in der Regelstudienzeit ist gewährleistet. Dies umfasst insbesondere</p> <p>1. einen planbaren und verlässlichen Studienbetrieb,</p>	<p>erfüllt</p> <p>erfüllt</p> <p>erfüllt</p> <p>erfüllt</p> <p>erfüllt</p>	<p>Das Curriculum ist schlüssig und adäquat aufgebaut. Vielfältige Lehr- und Lernformen sind an die jeweiligen Modul Inhalte angepasst. Praxisanteile finden sich insbesondere in „Digitale Produkte & Services“ sowie „Strategie, Organisation & Leadership“ sowie „Innovations- und Transferkompetenz“.</p> <p>Studierende werden in die Gestaltung von Lehr-/Lernprozessen einbezogen (z.B. freie Themenwahl bei Portfolioprüfungen, Feedbackgespräche zu gewünschten Vertiefungen von Lehrinhalten). Die Möglichkeit eines Auslandssemesters wird proaktiv vorgestellt (z.B. Begrüßungsveranstaltung am Anfang des Semesters sowie Studienkommissionen). Zwei Profilrichtungen und ein Wahlmodul eröffnen Freiräume für ein selbstgestaltetes Studium.</p> <p>Lehrende: Ein externer Dozent, ansonsten Professorinnen und Professoren des Fachbereichs.</p> <p>Forschung: Prof. Höpken ist Leiter des Instituts für digitalen Wandel an der RWU (lehrt das Modul „Innovations- und Transferkompetenz“). Professor*innen des Fachbereichs sind an diversen Forschungsprojekten beteiligt (z.B. KIDZ, LAB4DTE).</p> <p>Der Studiengang ist mit ausreichend Ressourcen ausgestattet. Die Labore sind bestens ausgestattet und Sachmittel sind vorhanden. Einschränkungen können durch den eingeschränkten Zugang zu Cloud-Diensten, IoT-Plattformen und Kollaborationsplattformen entstehen.</p> <p>Die Prüfungsarten sind entsprechend der Lerninhalte gewählt und passen zu den jeweiligen Lernzielen der Module.</p> <p>Ohne den Corona-Einfluss haben die meisten Studierenden das Studium in den geplanten drei Semestern abgeschlossen. Veranstaltungen werden auf Wunsch der Studierenden</p>

Fachlich-inhaltliche Kriterien für Studiengänge [...]		
Kriterium	Status	Bemerkung
<p>2. die weitgehende Überschneidungsfreiheit von Lehrveranstaltungen und Prüfungen,</p> <p>3. einen plausiblen und der Prüfungsbelastung angemessenen durchschnittlichen Arbeitsaufwand, wobei die Lernergebnisse eines Moduls so zu bemessen sind, dass sie in der Regel innerhalb eines Semesters oder eines Jahres erreicht werden können, was in regelmäßigen Erhebungen validiert wird, und</p> <p>4. eine adäquate und belastungsangemessene Prüfungsdichte und -organisation, wobei in der Regel für ein Modul nur eine Prüfung vorgesehen wird und Module mindestens einen Umfang von fünf ECTS-Leistungspunkten aufweisen sollen. [...]</p> <p>(6) Studiengänge mit besonderem Profilanpruch weisen ein in sich geschlossenes Studiengangskonzept aus, das die besonderen Charakteristika des Profils angemessen darstellt.</p>	nicht relevant	an drei Tagen geplant. Prüfungen werden durch unterschiedlichste Prüfungsformen (z.B. auch eine mündliche Prüfung im Semester, Portfolioprüfungen) zeitlich entzerrt. Der Arbeitsaufwand ist für einen Master angemessen.
<p>§ 13 Fachlich-inhaltliche Gestaltung der Studiengänge</p> <p>(1) Die Aktualität und Adäquanz der fachlichen und wissenschaftlichen Anforderungen sind gewährleistet. Die fachlich-inhaltliche Gestaltung und die methodisch- didaktischen Ansätze des Curriculums werden kontinuierlich überprüft und an fachliche und didaktische Weiterentwicklungen angepasst. Dazu erfolgt eine systematische Berücksichtigung des fachlichen Diskurses auf nationaler und gegebenenfalls internationaler Ebene.</p> <p>[...]</p>	erfüllt	Die fachlich-inhaltliche Gestaltung und die methodisch-didaktischen Ansätze des Curriculums werden in regelmäßigen Team-Meetings im Fachbereich kontinuierlich überprüft, u.a. zur fachlichen und didaktischen Weiterentwicklung des Curriculums.
<p>§ 14 Studienerfolg</p> <p>Der Studiengang unterliegt unter Beteiligung von Studierenden und Absolventinnen und Absolventen einem kontinuierlichen Monitoring. Auf dieser Grundlage werden Maßnahmen zur Sicherung des Studienerfolgs abgeleitet. Diese werden fortlaufend überprüft und die Ergebnisse für die Weiterentwicklung des Studiengangs genutzt. Die Beteiligten werden über die Ergebnisse und die ergriffenen Maßnahmen unter Beachtung datenschutzrechtlicher Belange informiert.</p>	erfüllt	Das kontinuierliche Monitoring des Studienerfolgs ist über mehrere Maßnahmen gewährleistet, u.a. durch regelmäßige Team-Meetings (alle 2 Wochen), Studienkommissionssitzungen und kontinuierlichen, direkten Kontakt in und nach den Vorlesungen (kleine Hochschule, Anzahl Studierende < 20, kurze direkte Wege). Die Ergebnisse fließen in die jährlichen Studiengangberichte ein.
<p>§ 15 Geschlechtergerechtigkeit und Nachteilsausgleich</p> <p>Die Hochschule verfügt über Konzepte zur Geschlechtergerechtigkeit und zur Förderung der Chancengleichheit von Studierenden in besonderen Lebenslagen, die auf der Ebene des Studiengangs umgesetzt werden.</p>	erfüllt	Die Hochschule ist als familiengerechte Hochschule zertifiziert und verfügt über zahlreiche Konzepte zur Förderung der Chancengleichheit und Inklusion, die auf Studiengangsebene umgesetzt werden.
<p>§ 17 Konzept des Qualitätsmanagementsystems</p>	erfüllt	Der Studiengang setzt die Leitbilder konsequent um, insbesondere vor dem Hintergrund der aktuellen Digitalisierung. Hinsichtlich der Praxisnähe zeichnen sich die Lehrinhalte durch ihre unmittelbare Anwendbarkeit aus,

Fachlich-inhaltliche Kriterien für Studiengänge [...]		
Kriterium	Status	Bemerkung
(1) Die Hochschule verfügt über ein Leitbild für die Lehre, das sich in den Curricula ihrer Studiengänge widerspiegelt. [...]		wodurch Qualifikationen vermittelt werden, die sowohl den Bedürfnissen des Arbeitsmarktes entsprechen als auch dem gesellschaftlichen Fortschritt dienen. Der starke Praxisbezug ermöglicht es Absolvent*innen, ihr Wissen in praktischen Arbeiten und in der Abschlussarbeit direkt anzuwenden und zu vertiefen. Die professionelle Ausrichtung des Studiengangs wird durch zukunftsorientierte Lehrinhalte unterstrichen, die auf dem aktuellen Stand der Wissenschaft basieren und sich besonders den Herausforderungen der Digitalisierung stellen. Beispielsweise tragen im Rahmen der Module „Strategie, Organisation & Leadership“ sowie „Digitale Produkte & Services“ viele Praxisvertreter namhafter Unternehmen vor. Darüber hinaus werden innovative didaktische Methoden eingesetzt, um eine professionelle und zeitgemäße Ausbildung zu gewährleisten.
§ 19 Besondere Kriterien für Kooperationen mit nichthochschulischen Einrichtungen	nicht relevant	Eine solche Kooperation existiert nicht.
§ 20 Hochschulische Kooperationen	nicht relevant	Eine solche Kooperation existiert nicht.

Die Gutachtenden bestätigen die Erfüllung der formalen und inhaltlichen Kriterien aus der Studienakkreditierungsverordnung einstimmig.

5.4 Empfehlungen der Gutachtergruppe

Die Peergruppe sieht für den Studiengang folgende Empfehlungen vor:

- (1) Die Peers empfehlen kontinuierlich zu erheben, welche Profile abhängig vom Bachelorstudiengang gewählt werden. Wie groß ist bspw. der Anteil der IOM-Absolvent*innen, die das Profil Digital Business Technology wählen und wie groß der Anteil derer, die das Profil Digital Marketing wählen.
- (2) Des Weiteren empfehlen die Peers kontinuierlich zu erheben, welche Wahlmodule von den Studierenden gewählt werden.
- (3) Die Kommunikation der angebotenen Wahlmodule aus anderen Studiengängen sollte verbessert werden.
- (4) Die Peers raten an zu überprüfen, ob Gastvorträge in weitere Module integriert werden können.

Die Empfehlungen werden jeweils einstimmig beschlossen.

5.5 Auflagen der Gutachtergruppe

Es werden keine Auflagen von Seiten der Gutachtenden bestimmt.

5.6 Umgang des Studiengangs mit den Empfehlungen und Auflagen

Die Studiengangverantwortlichen erkennen die Empfehlungen als begründet an und setzen diese nach Möglichkeit um.

6 Beurteilung durch den Senat

6.1 Interne Akkreditierung des Studiengangs

Der Senat hat sich dem Votum der Gutachtergruppe angeschlossen und den Studiengang auf Grundlage des Abschlussberichts und des Protokolls aus dem Peer-Review am 27.06.2024 akkreditiert. Die vier Empfehlungen (4.4) der Gutachtergruppe werden vom Senat ohne Änderungen übernommen. Die Akkreditierung wird für den Zeitraum von 8 Jahren ausgesprochen. Die Akkreditierungsurkunde mit dem Siegel des Akkreditierungsrates wird vom Prorektor für Studium, Lehre und Qualitätsmanagement erstellt und vom Rektor unterzeichnet.