

AKKREDITIERUNGSBERICHT

STUDIENGANG: Internet & Online-Marketing

Abschluss:	Bachelor of Science (B.Sc.)
Regelstudienzeit:	7 Semester
Studienform:	Vollzeit
Fakultät:	Elektrotechnik und Informatik
Aufnahme des Studienbetriebs:	WS 2016/2017
Re-Akkreditierung am:	28.10.2021
Akkreditierung bis:	27.10.2029
Peergroup Review am:	12.07.2021
Anzahl Auflagen:	1 Auflage
Stand der Auflagenerfüllung:	abgeschlossen

Inhaltsverzeichnis:

1	Gutachterinnen und Gutachter des Peer-Reviews.....	2
2	Studiengangprofil.....	3
3	Zusammenfassende Beurteilung durch die Peergroup.....	3
3.1	Umgang mit den Empfehlung der letzten Akkreditierung.....	3
3.2	SWOT-Analyse.....	4
3.3	Erfüllung der Kriterien für die Akkreditierung von Studiengängen.....	6
3.4	Empfehlungen der Gutachtergruppe.....	10
3.5	Auflagen der Gutachtergruppe.....	10
3.6	Umgang des Studiengangs mit den Empfehlungen und Auflagen.....	10
4	Beurteilung durch den Senat.....	10
4.1	Interne Akkreditierung des Studiengangs.....	10
4.2	Auflagenerfüllung.....	11

1 Gutachterinnen und Gutachter des Peer-Reviews

Name	Institution / Unternehmen	Funktion im Verfahren
Prof. Dr. Tobias Aubele	Hochschule Würzburg-Schweinfurt, Fakultät Informatik und Wirtschaftsinformatik	Externer Vertreter der Wissenschaft
Michael Herrling	MARKTPRAXIS - Agentur für Digital Marketing Geschäftsführer	Vertreter der Berufspraxis
German Wider	Sfonline Geschäftsführer	Vertreter der Berufspraxis
Pauline Weber	Hochschule Würzburg-Schweinfurt, Studierende 7. Semester e-commerce	Externe Studierende
Samuel Dilger	Scalable Capital GmbH CRM Manager	Absolvent des Studiengangs
Prof. Dr. Sebastian Mauser	Hochschule Ravensburg-Weingarten	Prorektor für Studium, Lehre und Qualitätsmanagement
Prof. Dipl.-Math. Ekkehard Löhmann		Dekan der Fakultät Elektrotechnik und Informatik
Prof. Dr. Steffen Jäckle		Interner Vertreter der Wissenschaft (Nachbarfakultät)
Prof. Dr. Thomas Schreier-Alt		Vertreter der Gleichstellung
Elisabeth Kaiser		Vertreterin der Studierendenschaft der RWU

2 Studiengangprofil

Der Bachelorstudiengang „Internet & Online-Marketing“ ist als Vollzeitstudium mit 7 Semestern konzipiert. Studienbeginn ist ausschließlich im Wintersemester. Im Mittelpunkt des Studiengangs steht die digitale Beziehung zwischen Konsumenten und Unternehmen (B2C, Business-to-Consumer). Die Studierenden lernen, wie Unternehmen Online-Medien (Websites, E-Commerce-Lösungen, Social Media, Apps, Digital Ads) zur nachhaltigen Kundenakquise, Kundenbindung und Kundenkommunikation einsetzen. Durch viele praxisnahe Übungen, zahlreiche Projekte und das Praxissemester setzen die Studierenden das theoretisch erlernte Wissen in die Praxis um. Absolventinnen und Absolventen arbeiten in (Online-)Marketing-Abteilungen oder Social Media-Teams mittelständischer und großer Unternehmen oder in Online- / Digital- / Kommunikations- / Werbeagenturen.

3 Zusammenfassende Beurteilung durch die Peergroup

3.1 Umgang mit den Empfehlungen der letzten Akkreditierung

Folgende Empfehlungen wurden bei der letzten Akkreditierung vom 15.12.2016 ausgesprochen:

1. Die Gutachtergruppe empfiehlt, ausgewogenere Zusammensetzungen von Prüfungsformen für die zu erwerbenden Kompetenzen zu erarbeiten.
2. Erwartete Grundlagen, z. B. in Mathematik oder Programmierung sollen in den Modulbeschreibungen deutlicher hervorgehoben werden.
3. Die Veranstaltungen, die der Studiengang mit der Wirtschaftsinformatik gemeinsam hat, sollten nicht so technisch werden, wie im Studiengang Wirtschaftsinformatik. Bei gleichen Veranstaltungen sollen daher die Schwerpunkte und Lernziele in den Modulbeschreibungen deutlicher gemacht werden.

Die Peergroup sieht die Empfehlungen wie folgt berücksichtigt:

Zu 1.: Die Anzahl an Klausuren wurde in der neuen SPO reduziert. Stattdessen gibt es mehr Projektarbeiten und Portfolio-Prüfungen. Insgesamt weist das Curriculum nun eine sehr gute Mischung unterschiedlicher, auf die jeweilig zu erwerbenden Kompetenzen abgestimmter Prüfungsformen auf. Eine Beobachtung des Prüfungsform-Mixes ist weiterhin sinnvoll.

Zu 2.: Die Grundlagen-Themen zu Mathematik oder Programmieren werden in die jeweiligen Anwendungsfächer integriert, so dass sie nicht als Voraussetzungen oder Vorkenntnisse erwartet werden. Die Berücksichtigung der Themen in den jeweiligen Anwendungsfächern sollte im Modulhandbuch jedoch deutlicher dargestellt werden.

Zu 3.: Die Anzahl an gemeinsamen Veranstaltungen mit der Wirtschaftsinformatik wurde in der neuen SPO reduziert. Soweit es noch gemeinsame Veranstaltungen gibt, sind die Schwerpunkte und Lernziele gleich. Eine zu starke Technik-Lastigkeit von Lehrveranstaltungen ist nicht mehr festzustellen.

Die Gutachtergruppe sieht Empfehlungen 1.-3. als weitestgehend umgesetzt.

3.2 SWOT-Analyse

Als aktuelle Chancen für den Studiengang sehen die Peers den weiterhin hohen Bedarf an AbsolventInnen, und dass der Studiengang den wichtigen Aspekt der Digitalisierung abdeckt. Der reine Bachelorstudiengang (auch ohne Master) mit hoher Fachkompetenz kann ein guter bzw. ausreichender Ausbildungsweg für viele der angestrebten Berufsbilder sein. Die begutachteten Änderungen der SPO werden von allen Seiten sehr positiv bewertet. Das neue Begleitseminar Bachelorarbeit heben die GutachterInnen dabei explizit als Chance hervor. Eine Weiterentwicklungsmöglichkeit für den Studiengang besteht darin, dass die meisten Studierenden Praxiserfahrungen und klare Berufsvorstellungen haben, sodass sie gut mit mehr Wahlfreiheit und Eigenverantwortung im Studium umgehen können.

Als zukünftige Chancen (Potentiale) nennen die Peers eine stärkere Integration von B2B-Themen in das Curriculum, einen höheren Anteil an weiblichen Dozentinnen und eine stärkere Integration externer MitarbeiterInnen und Lehrbeauftragter in konkrete Projekte. "Langweilige" Fächer wie Statistik, Recht & Co. können mit praxisrelevanten Inhalten aus dem Online-Marketing-Umfeld interessanter aufbereitet und gelehrt werden. Kompetenzen zu Basissoftware wie Excel sollten vor der Einführung von Spezialsoftware (z.B. Social Media Spezialtool) vermittelt werden. Nachhaltigkeits- und Ethikaspekte als integralen Bestandteil jeder Lehrveranstaltung zu etablieren, sehen die Peers als weitere Zukunftschance. Damit würden Studierende befähigt, die eigene Fachdisziplin diesbezüglich zu reflektieren (z.B. Ökonomie und Ökologie sind kein Gegensatz). Zudem würden die AbsolventInnen so über geeignete Mittel und Werkzeuge verfügen, diese Themen auch im späteren Berufsleben in den verschiedensten Bereichen & Disziplinen anzuwenden. Im Modul Gesellschaftliche Auswirkungen der Digitalisierung wäre ein Ausbau der Vorlesungsanteile (gegenüber den Seminaranteilen) insbesondere zum Thema Nachhaltigkeit wünschenswert, sodass sich die Auseinandersetzung mit den Modulinhalten nicht zu sehr auf die selbstständige Recherche und das Schreiben der Hausarbeit konzentriert.

Als eine Gefahr für den Studiengang sehen die GutachterInnen die sehr starke Abhängigkeit von neuen Technologien verbunden mit der technologischen Schnelligkeit. Veränderungen der Technologien im Bereich Online-Marketing schlagen sofort auf den Studiengang durch. Die Peers ergänzen, dass durch KI sogar manche Berufssparten des Online Marketings für die Zukunft generell in Frage gestellt werden könnten. Als ein weiteres Risiko empfinden die Peers, dass das Studium durch die vielen Themen teilweise oberflächlich ist und kein "Aussieben" erfolgt. In der Folge besteht die Gefahr von einzelnen fachlich unqualifizierten AbsolventInnen, die wiederum zu einer Verschlechterung des Images der RWU bzw. des Studiengangs führen könnten (gleichzeitig saugt der Arbeitsmarkt fast jegliche AbsolventInnen auf). Insgesamt besteht das Risiko durch die thematische Breite des Studiengangs zu wenig in die Tiefe auszubilden. Eine wirkliche Vertiefung vieler Themen würde erst in einem Masterstudium erfolgen, das ggf. nicht Ziel und Wunsch der Studierenden ist. Außerdem ist die Hürde für einen Anschluss im RWU-Master Digital Business sehr hoch, da viele Lehrveranstaltungen aus der Wirtschaftsinformatik hierfür nachgeholt werden müssen. Ein weiteres Risiko spiegelt sich in der im Peergroup Review gefallenen Aussage "Online-Marketing ist mit Datenschutz eigentlich kaum vereinbar" wieder. Insbesondere zeigt sich darin die Wichtigkeit, rechtliche und ethische Inhalte stärker in den Modulen zu verankern.

Die Peergroup stellt viele Stärken des Studiengangs heraus, unter anderem zufriedene Studierende und eine engagierte Studiengangleitung, kleine Gruppen, ein spezifisches Themengebiet, den generalistischen Ansatz mit einem breiten Spektrum an Pflichtfächern, ein ausgeglichenes Geschlechterverhältnis und (Praxis-) Vorträge zu verschiedenen Themen. Die hohe Nachfrage und Annahmequote von BewerberInnen zeigt die Attraktivität des Studienangebots. Dies liegt unter anderem an der praxisorientierten Ausbildung und dem starken Einsatz von Tools. Es handelt sich um einen Studiengang mit aktuell in Unternehmen stark nachgefragten Fähigkeiten. Besonders hervorzuheben ist die spannende und umfassende Wahlmodulliste für einen Studiengang mit 30 Teilnehmern pro Jahrgang, wodurch der Studiengang Möglichkeiten der Profilierung und Freiheiten für die Studierenden bietet. Zudem gefällt den Peers auch die gute Mischung an kompetenzorientierten Prüfungsformen.

Als eine Schwäche des Studiengangs beurteilen die Peers die Schwierigkeiten bei der Internationalisierung aufgrund von schlechten Anrechnungsmöglichkeiten von Leistungen im Ausland. Weiter fällt den Peers das unausgewogene Verhältnis von weiblichen Lehrenden zu Studentinnen (ca. 15% vs. 50%) negativ auf. Auch sehen sie, dass zwar viele Qualitätssicherungsmaßnahmen auf Studiengangebene durchgeführt wurden, diese aber nur wenig im Studiengangbericht dokumentiert wurden.

Die Peers zählen zudem einige inhaltliche Schwächen auf: Manche Inhalte werden aufgrund des breiten Spektrums der Pflichtfächer eher oberflächlich vermittelt. Insbesondere ist oft keine Vertiefung zu einem Thema über mehrere Semester hinweg möglich. Themen wie Datenschutz, Cookies, DSGVO, ePrivacy sind im Modulhandbuch nicht ersichtlich. Vorlesungsinhalte sind zwischen den Modulverantwortlichen nicht immer gut abgesprochen und abgestimmt. Statistikverständnis und entsprechendes Know-How fehlt den Studierenden teilweise. Im Widerspruch zum Leitbild der Fakultät wird Ethik im Konsumumfeld nicht sichtbar thematisiert. Trockene Themen (z.B. Recht und Statistik) kommen möglicherweise zu kurz, wenn sie in Anwendungsmodulen integriert sind, da so die Gefahr besteht, diese Themen auszublenden. In einigen Grundlagen-Fächern wird der Bezug zum Online-Marketing nicht ausreichend deutlich. Die gelehrt Tools gehen teilweise an der "Lebenswirklichkeit" vorbei. Studierende bemängelten z.B. fehlende Toolkompetenz in Excel. Die gelehrt Tools werden oft nur "gekannt", können aber nicht ausreichend gut genutzt werden, z.B. Google-Tools. Die GutachterInnen kritisieren zudem das Festhalten an für den Studiengang nicht besonders relevanten BWL-Fächern als Pflichtfächer, bspw. Bilanzierung & Reporting.

Formale Kriterien für Studiengänge		
Kriterium	Status	Bemerkung
<p>tungspunkt 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>(2) Für den Bachelorabschluss sind nicht weniger als 180 ECTS-Leistungspunkte nachzuweisen. 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 Bachelorarbeit 6 bis 12 ECTS-Leistungspunkte und für die Masterarbeit 15 bis 30 ECTS-Leistungspunkte. [...]</p>	<p>erfüllt</p> <p>erfüllt</p>	<p>Für den Bachelorabschluss sind nicht weniger als 210 ECTS-Leistungspunkte nachzuweisen</p> <p>Der Bearbeitungsumfang für die Bachelorarbeit beträgt 12 ECTS-Leistungspunkte</p>
§ 9 Besondere Kriterien für Kooperationen mit nicht-hochschulischen Einrichtungen	nicht relevant	

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) Bachelorstudiengänge dienen der Vermittlung wissenschaftlicher Grundlagen, Methodenkompetenz und</p>	<p>erfüllt</p> <p>erfüllt</p> <p>erfüllt</p>	<p>Im Hinblick auf die kritische und reflektierte Betrachtung gesellschaftlicher Prozesse ist insbesondere das Modul „Gesellschaftliche Auswirkungen der Digitalisierung“ zu nennen.</p> <p>Die vermittelten Kompetenzen sind stimmig für einen Bachelorabschluss.</p> <p>Das neue Begleitseminar Bachelorarbeit festigt Fähigkeiten des wissenschaftlichen Arbeitens. Die Aspekte Kommunikation und Kooperation sowie Nutzung und Transfer werden insbesondere in diversen Projekten, Seminaren und im Planspiel Digital Entrepreneurship erworben.</p> <p>Der Studiengang stellt eine sehr breite wissenschaftliche Qualifizierung in den</p>

Mitglied der

Fachlich-inhaltliche Kriterien für Studiengänge [...]		
Kriterium	Status	Bemerkung
berufsfeldbezogener Qualifikationen und stellen eine breite wissenschaftliche Qualifizierung sicher. Konsekutive Masterstudiengänge [...]		Grundlagen sicher.
<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. 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. 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 Studiengangskonzept wurde gemeinsam mit der Studienkommission und dem Fachbeirat entwickelt.</p> <p>Da es kaum vergleichbare Studiengänge gibt, ist eine 1:1 Anrechnung von Auslandssemestern schwierig. Über Wahlfächer und Projekte können aber leicht 15-20 ECTS gesammelt werden. Weitere ECTS erfordern eine spezifische Abstimmung und genaue Planung.</p> <p>Empfehlungen 1 + 2: Ausweitung der bestehenden Freiräume durch Erhöhung des Wahlbereichs</p> <p>Aktuell wurde für den Studiengang eine neue Online Marketing Professur geschaffen. Zudem wurde eine neue BWL Professur u.a. mit dem Schwerpunkt Digital Entrepreneurship eingerichtet, die für den Studiengang tätig sein wird. Somit hat sich die Ausstattung des Studiengangs mit Lehrpersonal zuletzt deutlich verbessert. Neben der professoralen Lehre werden in dem Studiengang auch etliche hochqualifizierte externe Dozierende eingesetzt. Auch Exkursionen und Gastvorträge werden vielfach angeboten.</p> <p>Wichtige Standardtools (RYTE, Sistrix) sind verfügbar.</p> <p>Der Prüfungsformen-Mix wurde (auch durch die Corona-bedingte Online-Lehre) stärker in Richtung Portfolio und Projekte optimiert</p> <p>Die Anforderungen an die Studierbarkeit sind erfüllt. Das Begleitseminar zur Bachelorarbeit hat ausnahmsweise nur 3</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>ECTS. Im Zusammenhang mit der Bachelorarbeit ist dies angemessen und führt zu keinerlei erhöhter Prüfungsbelastung oder Problemen im Hinblick auf die Studierbarkeit.</p> <p>Der Arbeitsaufwand ist durchgehend angemessen und ermöglicht die Ausübung einer beruflichen Nebentätigkeit</p> <p>Fast jedes Modul ist mit 5 ECTS und 4 SWS belegt</p>
<p>§ 13 Fachlich-inhaltliche Gestaltung der Studiengänge</p> <p>(1) Die Aktualität und Adäquanz der fachlichen und wissenschaftlichen Anforderungen ist 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>	erfüllt	Die Weiterentwicklung der fachlich-inhaltlichen Gestaltung und der methodisch-didaktischen Ansätze erfolgt in enger Abstimmung mit der Studienkommission, dem Fachbeirat und den externen Dozierenden.
<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	Als Maßnahme zur Unterstützung der Studierenden im Hinblick auf den Studienerfolg gibt es neben Info-Veranstaltungen und Sprechstunden insbesondere ein Coachingangebot „Erfolgreich studieren“.
<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	Bei den Studierenden sind die Geschlechter ausgeglichen verteilt. Eine Erhöhung der Dozentinnen-Quote strebt der Studiengang an, es mangelt jedoch an der Verfügbarkeit.

Die Gutachtergruppe bestätigt die Erfüllung der formalen und inhaltlichen Kriterien aus der Akkreditierungsverordnung mit 8 Ja-Stimmen (4 externe) und einer Enthaltung (extern).

3.4 Empfehlungen der Gutachtergruppe

Die Peergroup sieht für den Studiengang folgende Empfehlungen vor:

1. Möglichkeit für mehr Tiefgang und Spezialisierung durch mehr Wahlfächer / Wahlpflichtfächer schaffen; mehr Wahlfächer erleichtern auch ein Auslandssemester sowie eine Vorbereitung auf den Master Digital Business für entsprechend interessierte Studierende. *8 Ja-Stimmen (5 Ext.), 1 Enthaltung*
2. Aufteilung bzw. Erweiterung mancher Module in Teil 1 als Pflichtfach und Teil 2 als Wahlfach überprüfen, um "Breite" und "Spezialisierung" zu ermöglichen. *Einstimmig beschlossen*

3.5 Auflagen der Gutachtergruppe

Es wird folgende Auflage von Seiten der Gutachtergruppe bestimmt:

1. Modulhandbuch in folgenden Punkten überarbeiten:
 - Verwendbarkeit des Moduls und Voraussetzungen für die Teilnahme vollständig beschreiben (Querverbindungen / Abhängigkeiten stärker hinterfragen und aufzeigen)
 - Portfolioprüfungen teilweise genauer erläutern
 - Kompetenzen konsistent zur Kompetenzmatrix beschreiben
 - Einige aktuelle Themen („Buzzwords“) sollten im Modulhandbuch sichtbar werden (z.B. Cookie, Tracking)
 - Themen wie Ethik, Nachhaltigkeit, Statistik oder Datenschutz sollten im Modulhandbuch sichtbar vorkommen (laut Aussage der Lehrenden kommen die Themen in mehreren Veranstaltungen vor)
 - Teilweise Literatur aktualisieren (bspw. Internet der Dinge: ein Buch von 2011)

Die Auflage wird mit 7 Ja-Stimmen (3 externe), 1 Nein (extern) und 1 Enthaltung (extern) beschlossen.

3.6 Umgang des Studiengangs mit den Empfehlungen und Auflagen

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

4 Beurteilung durch den Senat

4.1 Interne Akkreditierung des Studiengangs

Der Senat hat sich dem Votum der Gutachtergruppe angeschlossen und den Studiengang, vorbehaltlich der Erfüllung der Auflage, am 28.10.2021 akkreditiert. Alle Empfehlungen (3.4) und die Auflage (3.5) werden 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.

4.2 Auflagenerfüllung

Die Erfüllung der Auflage wird vom Senat am 05.05.2022 festgestellt. Die Studiengangleitung hat das Modulhandbuch entsprechend den Vorgaben aus der Auflage überarbeitet und Mängel beseitigt.

Die Auflagenerfüllung ist damit abgeschlossen.