

Qualitätsbericht des Studiengangs „Social Media Marketing and Management (B.A.)“ der Hochschule der Medien Stuttgart

02.02.2024

Inhaltsverzeichnis

1	Kurzprofil des Studiengangs	2
2	Akkreditierungsentscheidung	3
2.1	Termine, Gutachtergruppe, Auflagen und Maßnahmen.....	3
2.2	Übersicht zu Akkreditierungsfristen.....	3
3	Zusammenfassende Qualitätsbewertung der Gutachtergruppe	4
4	Erfüllung der formalen und fachlich-inhaltlichen Kriterien der StAkkrVO	5
5	Beschreibung des Prozesses zur Siegelvergabe	6
5.1	Überprüfung der Kriterien der Studienakkreditierungsverordnung für Studiengänge.....	6
5.2	System zur internen Akkreditierung von Studiengängen.....	7

Präambel

Die Hochschule der Medien in Stuttgart hat am 26. Juni 2013 das Gütesiegel des Akkreditierungsrats für die Systemakkreditierung erhalten. Seit dem 30.03.2023 verfügt sie über das Siegel des Akkreditierungsrats für Alternative Verfahren. Auf Grundlage der ihr damit verliehenen Selbstakkreditierungsrechte kann die Hochschule ihre Studiengänge intern akkreditieren.

Die interne Akkreditierung der Studiengänge erfolgt unter Berücksichtigung der Regeln des Studienakkreditierungsstaatsvertrags (in Kraft getreten am 01.01.2018), der Studienakkreditierungsverordnung (StAkkrVO, Beschluss des Landes Baden-Württemberg vom 18.04.2018) sowie nach den Vorgaben der Hochschule der Medien für die interne Qualitätssicherung und Qualitätsentwicklung.

Die Qualitätsberichte der Studiengänge der Hochschule der Medien kommen den Anforderungen zur Veröffentlichung der Akkreditierungsentscheidungen gemäß § 18 Abs. 4 Satz 2 StAkkrVO und den Hinweisen des Akkreditierungsrats für Qualitätsberichte systemakkreditierter Hochschulen nach (Drs. AR 91/2019).

Die Hochschule der Medien macht von ihrem Recht als systemakkreditierte Hochschule Gebrauch, die Form der Berichtslegung selbst zu wählen.

1 Kurzprofil des Studiengangs

Hochschule	Hochschule der Medien (HdM) Stuttgart
Studiengang	Social Media Marketing and Management
Abschlussgrad	B.A.
Studienform	Vollzeitstudiengang
Studiendauer (in Semestern)	7
Anzahl der vergebenen ECTS-Punkte	210
Aufnahme des Studienbetriebs	2024
Aufnahmekapazität pro Jahr	20 (Zulassung jeweils nur zum WS)
Durchschnittliche Zahl der Studienanfänger/innen pro Studienjahr	<i>Erstmalige Zulassung geplant für WS 2024/25</i>
Durchschnittliche Zahl der Absolventinnen/Absolventen pro Studienjahr	<i>Erstmalige Zulassung geplant für WS 2024/25</i>

Der englischsprachige Bachelorstudiengang „Social Media Marketing and Management (B.A.)“ ist ein siebensemestriger Studiengang, der Fach- und Führungskräfte für das Online-Marketing mit dem Schwerpunkt Social Media ausbildet. Er vermittelt fundiertes Fachwissen im Bereich des Social Media Marketings und Managements einschließlich der betriebs- und medienwirtschaftlichen Grundlagen. Kenntnisse und praktische Erfahrungen im Bereich Content Creation und Marktforschung runden die Ausbildung ab. Neue technologische Entwicklungen im Bereich künstliche Intelligenz und Virtual/Augmented Reality (VR/AR) sind als Querschnittsthemen integriert.

Der Studiengang richtet sich an Studieninteressierte, die an einem interdisziplinären Studium im Bereich des Social Media Marketings und Managements interessiert sind und eine Berufstätigkeit in diesem Umfeld anstreben. Er verknüpft betriebswirtschaftliches Know-how mit Kenntnissen über Soziale Medien und die Medienbranche. Im Grundstudium liegt der Schwerpunkt auf betriebswirtschaftlichen Grundlagen sowie Storytelling und Contentgestaltung und -produktion. Dieses Grundlagenwissen ist Voraussetzung für den Erwerb fundierter fachspezifischer Kenntnisse und eine interdisziplinäre Denk- und Arbeitsweise. Wichtiger Bestandteil des Studienprogramms im Grund- und Hauptstudium sind Projektarbeiten, bei denen Wissen aus Vorlesungen angewendet und vertieft wird, sowie Fertigkeiten zur Problemlösung und Sozialkompetenz erlernt werden. Ein Alleinstellungsmerkmal ist das Sprachprogramm. Studierende sollen beim Abschluss mindestens zwei Sprachen (Englisch als Muttersprache und Deutsch oder Deutsch als Muttersprache und Englisch) fließend sprechen. Das Studium verbindet die fachliche Ausbildung im Bereich Social Media Marketing & Management mit dem Erwerb interkultureller und sozialer Kompetenzen. Durch die Kombination von Theorie und praktischer Erprobung werden die Studierenden in die Lage versetzt, sich rasch und umfassend in aktuelle Praxisthemen einzuarbeiten und Aufgabenstellungen gezielt anzugehen.

Am Ende des Studiums sind die Studierenden befähigt, in unterschiedlichen Kulturkreisen oder interkulturellen Teams erfolgreich zu arbeiten. Sie sind für Fach- und Führungsaufgaben qualifiziert und können mit entsprechender Berufserfahrung (und persönlicher Eignung) Managementpositionen ausfüllen. Je nach Wahl der Schwerpunkte im Praktikum, der Projekte und des Themas der Bachelorarbeit ist es möglich, sich auf sehr spezifische Themen im Social Media Bereich zu konzentrieren, z. B. Künstliche Intelligenz oder Augmented und Virtual Reality.

2 Akkreditierungsentscheidung

2.1 Termine, Gutachtergruppe, Auflagen und Maßnahmen

Termine und Ort der Begutachtung

- 10. November 2023 und 12. Januar 2024
- Raum 304 (Senatssaal)

Die Akkreditierung des Studiengangs erfolgte mit Beschluss der Akkreditierungskommission des Senats vom 2. Februar 2024 ohne Auflagen (s.u.).

Akkreditierungsfrist: 1. Oktober 2024 – 30. September 2032

Gutachtergruppe

Interne Gutachter/innen:

- Vertreter der Hochschule: Prof. Dr. Mathias Hinkelmann, Prorektor Lehre und Qualitätsmanagement (Vorsitzender)
- Vertreter der Hochschule: Prof. Dr. Jörg Westbomke, Prodekan der Fakultät Information und Kommunikation (beratendes Mitglied)
- Vertreter der Hochschule: Prof. Dr. Volker Jansen, Studiengang Print Media and Packaging Technologies
- Vertreterin der Hochschule: Prof. Dr. Vera Spillner, Gleichstellungsbeauftragte
- Vertreterin der Studierenden: Jennifer Klenk, Studierende im Studiengang Online-Medien-Management

Externe Gutachter/innen:

- Externere Hochschulvertreterin: Prof. Dr. Andrea Müller, Hochschule Offenburg
- Vertreter der Berufspraxis: Kritsanarat Khunkham, Fa. scholz & friends, Berlin
- Externer Vertreter der Studierenden: Emil Kastler, Studierende an der Hochschule Ravensburg-Weingarten

Auflagen und Maßnahmen

- keine

2.2 Übersicht zu Akkreditierungsfristen

Interne Akkreditierung (HdM)	01.10.2024 – 30.09.2032
------------------------------	-------------------------

3 Zusammenfassende Qualitätsbewertung der Gutachtergruppe

Der Studiengang trägt als englischsprachiges Angebot dazu bei, die internationale Ausrichtung der Hochschule weiter auszubauen. Durch seine inhaltliche Fokussierung auf Social Media erweitert er darüber hinaus schlüssig die Themen, die durch den Studiengang Online-Medien-Management bereits erfolgreich an der Hochschule angesiedelt sind. Daher sind auch Kooperationen vorgesehen, etwa bei inhaltlich geeigneten Lehrveranstaltungen, die bereits jetzt oder perspektivisch in englischer Sprache durchgeführt werden. Die Verantwortlichen des Studiengangs sind sich dessen bewusst und haben entsprechende Überlegungen in die Planungen einfließen lassen. Auch wurden Abstimmungen mit Lehrenden anderer Studiengänge bezüglich des Imports von Veranstaltungen getroffen.

Entsprechend des Fakultätskonzepts ist ein umfangreicher Projektbereich vorgesehen, bestehend aus fachspezifischen, interdisziplinären und transdisziplinären Projekten. Hier steuern sämtliche Studiengänge der Fakultät ihre Angebote bei. Das Angebot an englischsprachigen Projekten ist bislang jedoch gering. Durch den neuen Studiengang wird der Anteil an englischsprachigen Projekten erhöht werden, auch der Ausbau der Kooperationen mit internationalen Praxispartnern ist denkbar. Dabei ist jedoch zu berücksichtigen, dass auch Studierende aus anderen, deutschsprachigen Studiengängen Interesse an diesen Projekten haben werden. Dies sollte bei der Lehrplanung und der Vorbereitung der Angebote mitgedacht werden.

Eine Zulassung ist nur jährlich zum Wintersemester statt semesterweise vorgesehen. Zur Gewährleistung der Studierbarkeit erfordert dies Maßnahmen, um das Erbringen von Prüfungsleistungen in jedem Semester sicherzustellen, etwa wenn Studierende durchfallen oder aus anderen Gründen eine Prüfungsleistung nachholen müssen. Durch die gewählten Prüfungsformen und die Nähe zu Online-Medien-Management und dessen Lehrpersonal ist dies sichergestellt. Auch wenn Prognosen über den Erfolg eines neuen Studiengangs stets schwierig sind, kann davon ausgegangen werden, dass die Nachfrage nach den 20 vorhandenen Studienplätzen von Beginn an hoch sein wird, da das Studienangebot durch die Inhalte und die internationale Ausrichtung eine breite Zielgruppe anspricht. Daher ist es zu begrüßen, dass ein stimmiges Zulassungsverfahren entwickelt wurde, um die am besten geeigneten Personen aus den Bewerbungen zu ermitteln.

Insgesamt überzeugt der Studiengang durch sein stimmiges Gesamtkonzept und die vorgesehenen Inhalte, die es Studierenden ermöglichen, sich für berufliche Tätigkeiten in einem internationalen Umfeld entsprechend zu qualifizieren. Durch seine internationale Ausrichtung spricht der Studiengang eine breite Zielgruppe an, die über eine Affinität zu Online-Medien verfügt und auf eine Tätigkeit in diesem Feld in einem internationalen Kontext vorbereitet werden möchte. Er ergänzt das Portfolio der Hochschule und der Fakultät auf schlüssige Art und Weise.

4 Erfüllung der formalen und fachlich-inhaltlichen Kriterien der StAkrVO

In Ergänzung zu der Qualitätsbewertung der Gutachtergruppe (vgl. Kap. 3) gibt die nachfolgende Übersicht Aufschluss darüber, inwiefern der Studiengang die formalen und fachlich-inhaltlichen Kriterien der StAkrVO erfüllt. Die Teilprozesse zur internen Akkreditierung von Studiengängen werden in Kapitel 5 beschrieben.

StAkrVO	Kriterium	Dokumentation der Studiengangs	Prüfverfahren an der HdM	Erfüllungsstand gemäß Bewertung an der HdM
Erfüllung der formalen Kriterien				
§ 3	Studienstruktur und Studiendauer	Info-Blatt ¹	Grundsatzbeschluss Senat Bestätigung innerhalb des Audits	erfüllt
§ 4	Studiengangsprofile	Info-Blatt	Grundsatzbeschluss Senat Bestätigung innerhalb des Audits	erfüllt
§ 5	Zugangsvoraussetzungen und Übergänge zwischen Studienangeboten	Info-Blatt	Grundsatzbeschluss Senat Bestätigung innerhalb des Audits	erfüllt
§ 6	Abschlüsse und Abschlussbezeichnungen	Info-Blatt	Grundsatzbeschluss Senat Bestätigung innerhalb des Audits	erfüllt
§ 7	Modularisierung	Studien- und Prüfungsordnung (SPO), Teil B ²	Verfahren zur SPO-Änderung ³ Bestätigung innerhalb des Audits	erfüllt

¹ Erläuterungen zum Info-Blatt siehe Kap. 5.1.

² Erläuterungen zu der Studien- und Prüfungsordnung (Teil B) siehe Kap. 5.1.

³ Bei neu einzurichtenden Studiengängen: Vorprüfung zum Audit

§ 8	Leistungspunktesystem	Studien- und Prüfungsordnung (SPO), Teil B	Verfahren zur SPO-Änderung ⁴ Bestätigung innerhalb des Audits	erfüllt
Erfüllung der fachlich-inhaltlichen Kriterien				
§ 11	Qualifikationsziele und Abschlussniveau	Studiengang-konzept ⁵	Audit	erfüllt
§ 12	Schlüssiges Studiengangskonzept und adäquate Umsetzung	Studiengang-konzept	Audit	erfüllt
§ 13	Fachlich-Inhaltliche Gestaltung der Studiengänge	Studiengang-konzept	Audit	erfüllt
§ 14	Studienerfolg	Studiengang-konzept	Audit	erfüllt
§ 15	Geschlechtergerechtigkeit	Studiengang-konzept	Audit	erfüllt

5 Beschreibung des Prozesses zur Siegelvergabe

5.1 Überprüfung der Kriterien der Studienakkreditierungsverordnung für Studiengänge

Als systemakkreditierte Hochschule ist die HdM berechtigt, die Qualität ihrer Studienprogramme durch interne Qualitätssicherungsverfahren eigenständig zu prüfen und die Studiengänge daraufhin intern zu akkreditieren. Gesetzliche Grundlagen sind der Studienakkreditierungsstaatsvertrag (in Kraft getreten am 01.01.2018) und die Kriterien der Studienakkreditierungsverordnung des Landes Baden-Württemberg vom 18.04.2018. Die Kriterien der Studienakkreditierungsverordnung für die Studiengänge werden folgendermaßen überprüft (vgl. § 17 Abs. 1 Satz 3 StAkkVO):

- Mit den Grundsatzbeschlüssen zur Einführung neuer Studiengänge werden die formalen Kriterien nach §§ 3-6 StAkkVO geprüft und verabschiedet. Die Studiengänge erläutern sie im Teil A ihrer Info-Blätter.
- Die Studien- und Prüfungsordnungen der Studiengänge werden bei neu einzurichtenden Studiengängen im Rahmen der Vorprüfungen zu Audits, bei laufenden Studiengängen im Rahmen der hochschulinternen Verfahren zur Änderung der Studien- und Prüfungsordnungen der Studiengänge geprüft. Sie geben Aufschluss über die Umsetzung der Kriterien für die Modularisierung und das Leistungspunktesystem (§§ 7-8 StAkkVO).

⁴ Bei neu einzurichtenden Studiengängen: Vorprüfung zum Audit

⁵ Erläuterungen zu den Studiengangskonzepten siehe Kap. 5.1.

- Im Rahmen der Hauptprüfung zu den Audits überprüft die Gutachtergruppe auf Basis der schriftlichen Dokumentation der Studiengänge, insbesondere der Studiengangskonzepte, sowie bei den Begutachtungen
 - die Umsetzung der fachlich-inhaltlichen Kriterien für Studiengänge (§§ 11-15 StAkkrVO)
 - Qualifikationsziele und Abschlussniveau (§ 11 StAkkrVO)
 - Schlüssiges Studiengangskonzept und adäquate Umsetzung (§ 12 StAkkrVO)
 - Fachlich-Inhaltliche Gestaltung der Studiengänge (§ 13 StAkkrVO)
 - Studienerfolg (§ 14 StAkkrVO)
 - Geschlechtergerechtigkeit (§ 15 StAkkrVO)
 - die Umsetzung der hochschulspezifischen Kriterien
 - Ziele und Positionierung des Studiengangs
 - Forschung, Entwicklung, Medienproduktion, Existenzgründung
 - Internationale Ausrichtung

Im Rahmen der Hauptprüfungen wird die Richtigkeit der zuvor geprüften formalen Kriterien gemäß §§ 3-8 StAkkrVO bestätigt.

Nicht für die HdM relevant sind die Kriterien gemäß § 9 StAkkrVO (Kooperationen mit nichthochschulischen Einrichtungen), § 10 StAkkrVO (Sonderregelungen für Joint-Degree-Programme) und § 16 StAkkrVO (Sonderregelungen für Joint-Degree-Programme).

5.2 System zur internen Akkreditierung von Studiengängen

Ausgesprochen werden die internen Akkreditierungen der Studiengänge nach dem erfolgreichen Abschluss von Audits. Das System zur internen Akkreditierung sieht folgende Prozessschritte vor:

- Neu einzurichtende Studiengänge werden vor den Einrichtungsbeschlüssen der Gremien auf der Basis von Audits überprüft und erstmalig akkreditiert. Bestehende Studiengänge werden ebenfalls auf der Basis von Audits alle acht Jahre turnusmäßig überprüft und reakkreditiert. Bei wesentlichen inhaltlichen oder strukturellen Veränderungen werden bestehende Studiengänge noch vor Ablauf der Akkreditierungsfrist vorzeitig reauditert bzw. reakkreditiert.
- Die Audit-Kommissionen setzen sich zusammen aus Mitgliedern des Rektorats, Lehrenden aus anderen Fakultäten, externen Wissenschafts- und Wirtschaftsvertreter/innen, internen und externen Studierenden sowie der Gleichstellungsbeauftragten. Ein Mitglied des zuständigen Dekanats ist als beratendes Mitglied dabei. Das Qualitätsmanagementsystem sichert so die Beteiligung aller Statusgruppen an der regelmäßigen Bewertung der Studiengänge (vgl. § 18 Abs. 1 Satz 1 StAkkrVO).
- Nach Abschluss des Audits verfassen die Kommissionsmitglieder einen Abschlussbericht, der eine Bewertung des Studiengangs, Stellungnahmen zur Einhaltung der StAkkrVO sowie hochschulinterner Kriterien für Studiengänge, Auflagen und verbindliche Arbeitsaufträge und/oder Empfehlungen und

Hinweise zur Weiterentwicklung enthält.

- Auf Grundlage einer Qualitätsbewertung durch die Kommission – dokumentiert im Abschlussbericht zum Audit – bestätigt die Akkreditierungskommission des Senats die Erfüllung der Kriterien der StAkkVO für Studiengänge und empfiehlt die interne Akkreditierung. Bei der Beschlussfassung durch die Akkreditierungskommission werden die Unbefangenheitsregeln berücksichtigt. Der Rektor spricht die interne Akkreditierung des Studiengangs für die Dauer von acht Jahren aus. Im Fall von Auflagen erfolgt eine vorläufige interne Akkreditierung bis zum Ende der Frist zur Auflagenerfüllung.
- Die Studiengänge sind verpflichtet, die in den Abschlussberichten aufgeführten Maßnahmen zur Behebung von Defiziten zu erfüllen sowie sich mit gegebenen Impulsen auseinanderzusetzen (vgl. Anforderungen gemäß § 18 Abs. 1 Satz 2 StAkkVO). Die Mitarbeitenden im Qualitätsmanagement überprüfen die Umsetzung der Maßnahmen und legen die Informationen der Akkreditierungskommission des Senats zur Entscheidung vor
- Die HdM dokumentiert die Ergebnisse der Audits in Akkreditierungs- und Qualitätsberichten, die auf der Webseite der Hochschule und in der Datenbank des Akkreditierungsrats veröffentlicht werden (vgl. Anforderungen gemäß § 18 Abs. 3-4 StAkkVO).