

<b>Fach</b>	<b>International Management</b>
<b>Abschlussgrad</b>	Master of Arts
<b>Hochschule</b>	Fachhochschule Münster
<b>Datum der Erstakkreditierung</b>	28.11.2004 (FIBAA)
<b>Datum der Reakkreditierung</b>	05.05.2008
<b>Dauer der Reakkreditierung</b>	30.09.2015
<b>Start des Studienbetriebs</b>	Sommersemester 2005
<b>Kategorisierung</b> <small>(nur für Masterstudiengänge relevant)</small>	<input checked="" type="checkbox"/> konsekutiv <input type="checkbox"/> nicht-konsekutiv <input type="checkbox"/> weiterbildend
<b>Akkreditiert als Teil eines Mehrfächerstudiengangs?</b>	<input type="checkbox"/> ja <input checked="" type="checkbox"/> nein
<b>Fakultät/Fachbereich</b>	Fachbereich Wirtschaft
<b>Kontakt</b>	Prof. Dr. Reiner Kurzhals Tel: 0251 83-65535 Fax: 0251 83-65502 cordesme@fh-muenster.de
<b>Auflagen</b>	keine
<b>Auflagen erfüllt?</b>	
<b>Profil des Studiengangs</b>	<p>Ziel des eher anwendungsorientiert ausgerichteten Studiengangs ist die konsekutive Vermittlung von Handlungs- und Forschungskompetenz zur Lösung betriebswirtschaftlicher Problemstellungen im internationalen Kontext sowohl aus praktischer wie auch aus wissenschaftlicher Perspektive. Dabei erfolgt eine Fokussierung auf Marketing, Sales &amp; Customer Relationship Management (MSC) oder Finance, Tax and Accounting (FTA). Die Studierenden sollen sprachliche und interkulturelle Fähigkeiten sowie Methodenkompetenz erwerben und so auf internationale Managementaufgaben vorbereitet werden.</p> <p>Grundlage des Studiengangs ist die internationale Ausrichtung, die neben internationalen Studieninhalten und der Förderung von Fremdsprachen auch durch ein verpflichtendes Auslandssemester zum Ausdruck gebracht wird.</p> <p>Die Studieninhalte orientieren sich an den zentralen Ausbildungszielen „Spezialisierung“ „Internationalität“ und „Forschung.“ Die Lehrveranstaltungen werden zu 20-30% auf Englisch angeboten, eine weitere Erhöhung des Anteils wird angestrebt. Das Studium gliedert sich in Basis- und Vertiefungsmodule. Im Vertiefungsstudium kann wahlweise eine Fokussierung auf Marketing, Sales &amp; Customer</p>

### **Zusammenfassende Bewertung**

Relationship Management (MSC) oder auf Finance, Tax and Accounting (FTA) erfolgen. Das dritte Semester ist als Auslandssemester konzipiert. Dabei sollen an einer ausländischen Partnerhochschule 30 Credits im gewählten Vertiefungsbereich erworben werden. Im vierten Semester verfassen die Studierenden die Masterarbeit, dazu kommt ein Kolloquium. Außerdem ist ein Forschungsseminar im Umfang von 6 Credits vorgesehen.

Der Studiengang umfasst eine Regelstudienzeit von vier Semestern. Zugangsvoraussetzung ist ein erster berufsqualifizierender Hochschulabschluss der Betriebswirtschaft mit mindestens der Gesamtnote „gut“. Darüber hinaus wird eine studiengangsbezogene Eignungsprüfung durchgeführt. Bildungsausländer müssen mindestens ausreichende Deutschkenntnisse nachweisen.

Das Studium kann zum Winter- und zum Sommersemester begonnen werden.

Kernanliegen des Studiengangs ist die Befähigung für eine Managementaufgabe mit internationalem Bezug (Kontakt mit ausländischen Unternehmen oder Tätigkeit im Ausland). Die diesbezüglichen Ziele des Studiengangs stehen mit wachsenden Arbeitsmarktanforderungen in Einklang. Die Reform des Studienkonzeptes mit der Umstellung auf einen konsekutiven Zuschnitt und die Konzentration auf die beiden Studienschwerpunkte MSC und FTA hat hierzu erheblich beigetragen. Die Konzeption des Studiengangs entsprechend der üblichen Rahmenvorgaben, der inhaltlichen Ausdifferenzierung sowie dem integrierten Auslandssemester lässt erwarten, dass das im Qualifikationsrahmen für deutsche Hochschulabschlüsse festgelegte Qualifikationsniveau erreicht wird. Die Struktur der Lehrinhalte in Verbindung mit einem Forschungsprojekt entspricht den üblichen wissenschaftlichen Standards bei fachlichen und außerfachlichen Bildungszielen.

Die Anwendungsorientierung des Studiengangs wird deutlich betont, sie ist mit der praxisorientierten Vermittlung der Lehrinhalte, teils in Verbindung mit Akteuren der Unternehmenspraxis, klar erkennbar und durch die Einbeziehung in das Gesamtkonzept der Hochschule/des Fachbereiches schlüssig begründet.

Die Zugangsvoraussetzungen sind transparent festgelegt und öffentlich zugänglich. Angesichts der prägnant internationalen Ausrichtung des Studiengangs würde es sich anbieten, die Zugangsvoraussetzungen über die allgemeinen Kriterien hinaus inhaltlich zu spezifizieren (Grundlagenwissen im internationalen Management, nicht-englische Sprachkenntnisse, Auslandspraktika).

Das Curriculum zeichnet sich durch einen sinnvollen pädagogisch/didaktischen und inhaltlich konsistenten Aufbau aus. Der Studiengang ist modularisiert und entspricht den Vorgaben für die Einführung des ECTS. Die angebotenen Module sind vollständig im Handbuch dokumentiert. Die Lehr- und Prüfungsformen entsprechen den Anforderungen an den Qualifikationsrahmen für deutsche Hochschulen.

Die Hochschule verfügt über gute Betreuungs- und Informationsangebote, um einen reibungslosen Studienverlauf sicherzustellen. Auch die Anerkennung von extern erbrachten Leistungen ist geregelt. Da das Auslandssemester an einer Partnerhochschule erst nach einem Jahr stattfindet, ist davon auszugehen, dass dessen Absolvierung keine grundsätzlichen Probleme aufwirft.

Die zur Durchführung des Studiengangs zur Verfügung stehenden

**Mitglieder der  
Gutachtergruppe**

Ressourcen sind in vollem Umfang zufrieden stellend. Besonders hervorzuheben ist das gute Verhältnis zwischen Professoren und Studierenden sowohl bezüglich der Betreuungsrelation als auch der sozialen Ebene. Die Professoren stellen ausreichend Sprechstundenzeit zur Verfügung und zeigen ernsthaftes Interesse hinsichtlich der Entwicklung der Studierenden. Die sachliche und räumliche Ausstattung der Hochschule entspricht einem gehobenen Standard.

Prof. Dr. Johann Engelhard, Otto-Friedrich-Universität Bamberg,  
Lehrstuhl für BWL, insbes. Internationales Management

Prof. Dr. Henning Kontny, Hochschule für Angewandte Wissenschaften  
(HAW) Hamburg, Institut für Beratung, Forschung, Systemplanung,  
Verpackungsentwicklung und –prüfung

Gisela Brinkmann, Stellv. Geschäftsführerin des Geschäftsbereichs Aus-  
und Weiterbildung der IHK zu Köln (Vertreterin der Berufspraxis)

Joseph Wimmel, Student der privaten Fachhochschule Göttingen

**Verfahrensnummer AQAS**

50072