



Ergebnisbericht zum Verfahren zur Akkreditierung des FH-Masterstudienganges „Digital Marketing“ der FH Kufstein am Standort Kufstein

Auf Antrag der FH Kufstein vom 18.02.2013 führte die Agentur für Qualitätssicherung und Akkreditierung Austria (AQ Austria) ein Verfahren zur Programmakkreditierung gemäß FH-Programmakkreditierungsverordnung 2012 durch. Gemäß § 21 HS-QSG veröffentlicht die AQ Austria folgenden Ergebnisbericht:

1 Kurzinformationen zum Akkreditierungsantrag

Informationen zum Antrag	
Antragstellende Einrichtung	FH Kufstein Tirol Bildungs GmbH
Studiengangsbezeichnung	Digital Marketing (DIM)
Studiengangsart	FH-Masterstudiengang
Akademischer Grad	Master of Arts in Business
Regelstudiendauer	4 Semester
ECTS	120
Aufnahmeplätze je Std.Jahr	17
Organisationsform	Berufsbegleitend (BB)
Standort	Kufstein

2 Kurzinformationen zum Verfahren

Die Fachhochschule Kufstein beantragte am 18.2.2013 die Akkreditierung des Studienganges „Digital Marketing“, am Standort Kufstein.

Das Board der AQ Austria bestellte am 5.6.2012 folgende Gutachter/innen für die Begutachtung des Antrags:

Name	Institution	Rolle
Prof. Dr. Uwe Hettler	Fachhochschule Schmalkalden	Gutachter mit wissenschaftlicher Qualifikation und Leiter Gutachter/innen-Gruppe
Dr. Elisabeth Hasek-Eder	Best of Both Worlds Hassek-Eder KG	Gutachterin mit facheinschlägiger Berufstätigkeit
Verena Hoffmann	FHW Wien	Studentisches Mitglied der Gutachter/innen Gruppe

Am 15.7.2013 fand ein Vor-Ort-Besuch der Gutachter/innen und der Vertreter/innen der AQ Austria in den Räumlichkeiten der Fachhochschule Kufstein statt.

Das Board der AQ Austria entschied in der Sitzung vom 3. 9. 2013 über die Akkreditierung des beantragten Studiengangs. Die Entscheidung wurde am 11.9.2013 vom Bundesminister für Wissenschaft und Forschung genehmigt.

Die Entscheidung ist seit 7.10.2013 rechtskräftig.

3 Qualifikationsziel und –profil des Studiengangs

Auszug aus dem Antrag:

„Die AbsolventInnen des berufsbegleitenden Masterstudiengangs Digital Marketing bilden die auf westlichen Aufmerksamkeitsmärkten immer wichtiger werdende technikaffine Schnittstelle zwischen Unternehmen/Organisationen und individualisierter Öffentlichkeit.

Als vertiefender Masterstudiengang zu zwei bereits bestehenden Bachelorstudiengängen an der FH Kufstein Tirol (Marketing & Kommunikationsmanagement, sowie Sport-, Kultur- & Veranstaltungsmanagement) ermöglicht der viersemestrige Masterstudiengang Digital Marketing erstmals eine auf Online-Aktivitäten spezialisierte Marketing-Ausbildung auf Masterniveau. AbsolventInnen dieses Masterstudiengangs können durch ihr betriebswirtschaftliches, sozialwissenschaftliches und technisches Wissen, kombiniert mit praxisnahen Erfahrungen im Bereich Medienproduktion und Projektmanagement, eigenständig die Entwicklungen am Kommunikationsmarkt, vor allem im Bereich New & Social Media, vorab erkennen und so frühzeitig professionell reagieren. Durch die einzigartige inhaltliche Verflechtung mit dem technischen Masterstudiengang Web Communication & Information Systems (WCIS; Fokus auf technischer Umsetzung von Web-basierten Systemen) lernen Studierende beider Programme während der Ausbildung Arbeitsprozesse ihrer künftigen AnsprechpartnInnen zu verstehen, wie dies von privatwirtschaftlichen PartnerInnen und potenziellen ArbeitgeberInnen gefordert wird.“

4 Zusammenfassung der Bewertungen der Gutachter/innen

Es ist für die Gutachter/innen unzweifelhaft, dass für den Studiengang ein großer Bedarf bei potenziellen Arbeitgeber/innen besteht. Auch für Studierende mit einschlägigem Bachelorabschluss scheine das Studienangebot interessant. Das unterstreichen nicht zuletzt die guten Bewerber/innenzahlen des bereits begonnenen Aufnahmeverfahrens, die ohne nennenswerte Werbung erzielt werden konnten.

Nach Ansicht der Gutachter/innen decke der curriculare Inhalt zentrale Themenbereiche des Digitalen Marketings gut ab. Gewisse Grundlagen, z.B. im Bereich der Kommunikationswissenschaften, dem klassischen Marketing und der Führungstheorien seien im Curriculum nur rudimentär verankert. Sie können aufgrund der begrenzten Studiendauer und der breiten Fachinhalte des Digital Marketing aber auch nur sehr begrenzt ausgedehnt werden. Von daher sei bei der Bewerber/innenauswahl darauf zu achten, dass diese Grundlagen bereits verinnerlicht sind bzw. individuelle Maßnahmen einer Nachschulung anschließen können. Der designierten Studiengangsleiterin sei dieser Umstand bewusst und sie habe den Gutachter/innen glaubhaft versichern können, dass sie durch zweckdienliche Maßnahmen mit dieser Problematik umgehen könne.

Aus Sicht der Gutachter/innen werde die Qualität der Lehre und die Weiterentwicklung des Studienganges durch ein eingespieltes, funktionierendes Qualitätsmanagementsystem sichergestellt. Der Studiengang könne auch von Kooperationen und dem vorhandenen Forschungsumfeld profitieren.

Die qualitativ und quantitativ hervorragende Infrastruktur scheine den Gutachter/innen zufolge ausfinanziert zu sein. Nach der vorliegenden Datenlage seien auch ausreichende Personalressourcen vorhanden, um mit dem berufsbegleitenden Masterstudiengang starten zu können.

5 Akkreditierungsentscheidung und Begründung

Das Board der Agentur für Qualitätssicherung und Akkreditierung Austria hat in der Sitzung am 03.09.2013 die Akkreditierung des beantragten FH-Masterstudiengangs „Digital Marketing“ am Standort Kufstein beschlossen. Die Akkreditierung ist gem. § 23 Abs. 6 HS-QSG unbefristet.

Das Board stützte seine Entscheidung auf die Antragsunterlagen, auf das Gutachten und die Stellungnahme der Antragstellerin zum Gutachten.

Das Board der AQ Austria hat festgestellt, dass die Bedingungen gem. 23 Abs. 4 HS-QSG idgF sowie die Akkreditierungsvoraussetzungen gem. § 8 FHStG idgF i.V.m § 12 Programmakkreditierungsverordnung 2012 erfüllt sind.