

Hans Mustermann

Diese Diploma Supplement-Vorlage wurde von der Europäischen Kommission, dem Europarat und UNESCO/CEPES entwickelt. Das Diploma Supplement soll hinreichende Daten zur Verfügung stellen, die die internationale Transparenz und angemessene akademische und berufliche Anerkennung von Qualifikationen (Urkunden, Zeugnisse, Abschlüsse, Zertifikate, etc.) verbessern. Das Diploma Supplement beschreibt Eigenschaften, Stufe, Zusammenhang, Inhalte sowie Art des Abschlusses des Studiums, das von der in der Originalurkunde bezeichneten Person erfolgreich abgeschlossen wurde. Die Originalurkunde muss diesem Diploma Supplement beigefügt werden. Das Diploma Supplement sollte frei sein von jeglichen Werturteilen, Äquivalenzaussagen oder Empfehlungen zur Anerkennung. Es sollte Angaben in allen acht Abschnitten enthalten. Wenn keine Angaben gemacht werden, sollte dies durch eine Begründung erläutert werden.

1. ANGABEN ZUM INHABER / ZUR INHABERIN DER QUALIFIKATION**1.1 Familienname / 1.2 Vorname**

Mustermann, Hans

1.3 Geburtsdatum, Geburtsort

01.01.1990, Wernigerode

1.4 Matrikelnummer

21800

Hans Mustermann

2. ANGABEN ZUR QUALIFIKATION

2.1 Bezeichnung der Qualifikation und verliehener Grad (in der Originalsprache)

Bachelor of Arts (B.A.)

Bezeichnung des Titels (ausgeschrieben, abgekürzt)

entfällt

2.2 Hauptstudienfach oder -fächer für die Qualifikation

Tourismusmanagement mit den Spezialisierungen:

- Touristikmanagement
- Hotelmanagement
- Destinationsmanagement
- Tourismusmärkte und -marketing
- Business Travel Management
- Mobilität und Verkehrsträgermanagement
- Internationales Tourismusmanagement
- Strategisches Personalmanagement im Tourismus
- Hospitality Management
- Online-Management
- Regionalmanagement/ Thementourismus
- Tourismusmarketing
- Konsumgütermarketing
- Finance, Accounting, Controlling, Taxation & Law
- Veranstaltungsplanung
- Strategie- und Organisationsentwicklung

2.3 Name der Einrichtung, die die Qualifikation verliehen hat

Hochschule Harz - Hochschule für angewandte Wissenschaften

Status (Typ und Trägerschaft)

Fachhochschule in öffentlicher Trägerschaft

2.4 Name der Einrichtung, die den Studiengang durchgeführt hat

Hochschule Harz - Hochschule für angewandte Wissenschaften

Status (Typ und Trägerschaft)

Fachhochschule in öffentlicher Trägerschaft

2.5 Im Unterricht und in der Prüfung verwendete Sprache(n)

Deutsch und Englisch

Hans Mustermann

3. ANGABEN ZUR EBENE DER QUALIFIKATION

3.1 Ebene der Qualifikation

EQF-Stufe 6; graduiert/erster berufsqualifizierender Abschluss mit Abschlussarbeit

3.2 Offizielle Dauer des Studiums (Regelstudienzeit) in Leistungspunkten und Jahren

3,5 Jahre mit 7 Semestern, 210 ECTS

3.3 Zugangsvoraussetzung(en)

Vor Beginn des Studiums muss eine der folgenden Zulassungsbedingungen erfüllt sein:

- allgemeine Hochschulreife (Abitur)
- fachgebundene Hochschulreife
- Fachhochschulreife
- Feststellungsprüfung der Studienbefähigung Berufstätiger ohne Hochschulzugangsberechtigung
- eine vom Land Sachsen-Anhalt als gleichwertig anerkannte Hochschulzugangsberechtigung

4. ANGABEN ZUM INHALT UND ZU DEN ERZIELTEN ERGEBNISSEN

4.1 Studienform

Vollzeit, Präsenzstudium

4.2 Lernergebnisse des Studiengangs

Der akkreditierte Bachelor-Studiengang Tourismusmanagement vermittelt fachspezifische Kompetenzen der Tourismuswirtschaft mit dem Ziel, das Management von Unternehmen und Organisationen der Tourismuswirtschaft aktiv, eigenständig, praxis- und lösungsorientiert zu unterstützen. Die Absolventen verfügen über ein kritisches Verständnis der wichtigsten Theorien, Prinzipien und Methoden des Fachgebietes.

Neben Fachwissen der Tourismusbranche, betriebswirtschaftlichen Grundlagen und Schlüsselqualifikationen nimmt die Vermittlung von Sprachkenntnissen und Interkultureller Kompetenz breiten Raum ein. Die Absolventen verfügen über Wissen, Fertigkeiten und Fähigkeiten, um nach kurzer Zeit der Erfahrung in der beruflichen Praxis Führungsaufgaben in der Tourismusbranche zu übernehmen.

Im Einzelnen wurden folgende Kompetenzen erworben:

Instrumentale Kompetenz:

- Anwenden des Wissens auf Tätigkeiten in Tourismus- oder Dienstleistungsbetrieben
- Erarbeiten und Weiterentwickeln von Situationsanalysen und Problemlösungen

Systemische tourismuswirtschaftliche Kompetenz:

- Sammeln, Bewerten und Interpretieren von relevanten tourismuswirtschaftlichen Informationen
- Ableiten wissenschaftlich fundierter Bewertungen, die gesellschaftliche, wissenschaftliche und ethische Erkenntnisse berücksichtigen
- selbständiges Gestalten weiterführende Lernprozesse.

Kommunikative Kompetenz:

- Formulieren und Darlegen von fachlichen Positionen und Problemlösungen in sachgerechter Forum
- Austauschen mit Fachvertretern und mit Laien über Informationen, Ideen, Probleme und Lösungen
- Übernehmen von Verantwortung in Teams

Touristikmanagement:

Im Mittelpunkt dieser Berufsfeldorientierung steht unter den spezifischen Bedingungen eines sich dynamisch veränderten Marktes die Auseinandersetzung mit den touristischen Geschäftsprozessen in der Touristik (Reiseveranstalter und

Hans Mustermann

Reisemittler). Auf Basis der Kenntnisse der strategischen Herausforderungen sowie der operativen Aktivitäten in der Touristik kann die Absolventin/der Absolvent eigenständig Aufgabenstellungen sowohl innerhalb des Reiseveranstalter- als auch innerhalb des Reisemittler-Managements übernehmen, aber auch zusätzlich Handlungsalternativen als strategische Entscheidungsvorlagen herausarbeiten. Die Absolventinnen und Absolventen überblicken das Zusammenspiel der Geschäftsaktivitäten innerhalb der touristischen Wertschöpfungskette und kann die Chancen und Risiken unterschiedlicher Geschäftsmodelle in der Touristik (u.a. traditioneller Reiseveranstalter vs. Integrierter Touristikkonzern; Franchisesysteme/Kooperationsmodelle vs. Eigenständige Reisebüros) beurteilen. Die Bedeutung der technischen Rahmenbedingungen der Touristik (u.a. Computerreservierungs- sowie Backoffice-Systeme, Internetportale, Dynamic Packaging, Social Media) kann sowohl für die Vernetzung innerbetrieblicher Prozesse als auch im Zusammenspiel über die touristische Wertschöpfungskette eingeschätzt werden.

Hotelmanagement:

Die Absolventinnen und Absolventen kennen nachfrage- wie angebotsseitige Besonderheiten, verstehen die Strukturen und Entwicklungen des Hotelmarktes und wissen diese einzuordnen und darauf zu reagieren. Sie sind vertraut mit dem Prozess der strategischen Planung und der damit zusammenhängenden Bedeutung der Positionierung für die Hotellerie. Sie kennen die entsprechenden Marketinginstrumente und wissen diese im Rahmen der operativen Planung effektiv einzusetzen. Durch die Kenntnis der in der Hotellerie spezifischen Kennzahlen und Kostenstrukturen, sind sie in der Lage ein Haus zu analysieren und zu bewerten und entsprechende Lösungsansätze zu generieren. Die Absolventinnen und Absolventen sind mit dem Umgang der gängigen Reservierungssysteme vertraut. Durch die Anwendung von Fallstudien und hotelspezifischen Projekten ist nicht nur das Problembewusstsein gestärkt, sondern diese haben darüber hinaus zu einer Entwicklung der eigenen sozialen Kompetenzen und Teamfähigkeit beigetragen. Die Unit Strategic Hotelmanagement finden in englischer Sprache statt. Somit sind die Absolventinnen und Absolventen auf Arbeitseinsätze in einem internationalen Umfeld vorbereitet.

Destinationsmanagement:

Die Absolventinnen und Absolventen betrachten das Gesamtsystem einer Destination als „öffentlich-private Partnerschaft“ und gestalten es als Querschnittsaufgabe von Betrieben und Kommunen der Region, des Landes und auf Bundesebene. Bei der Entwicklung von Maßnahmen des Stadtmarketings und Regionalmanagements berücksichtigen sie u.a. Standortbesonderheiten, Nutzungskonflikte und Nachhaltigkeitsaspekte. Sie analysieren ökonomische, soziokulturelle, ökologische Einflüsse und leiten Handlungsalternativen ab.

Tourismuskmärkte und -marketing:

Die Absolventinnen und Absolventen kennen die wichtigsten Tourismuskmärkte mit ihrer Nachfrage- und Angebotsseite, u.a. die Kundengruppe 55plus und den Familientourismus sowie den Sport- und Aktivtourismus. Sie wissen, wie Kauf- und Reiseentscheidungen entstehen und sind in der Lage, zu beurteilen, inwiefern Produkte marktfähig sind. Daher sind Absolventinnen und Absolventen fähig, touristische Produkte selbst zu erstellen, und beurteilen, welche Vertriebswege die jeweils Erfolg versprechenden sind, wobei sie insbesondere mit dem Direktvertrieb (Internet etc.) vertraut sind. Da zur Vermarktung eine effiziente Kommunikationspolitik gehört, können die Absolventinnen und Absolventen die Effizienz unterschiedlicher Kommunikationsmaßnahmen beurteilen und deren Einsatz planen. Sie handeln kunden- und serviceorientiert, wissen, wie Kundenzufriedenheit entsteht und sind im Hinblick auf die Verbesserung des Einfühlungsvermögens (Empathie) geschult.

Business Travel Management:

Die Absolventinnen und Absolventen haben einen breiten Überblick über den Geschäftsreisemarkt, der besonderen Anbieter-Nachfrager-Situation und der Produktausgestaltung. Sie gestalten Geschäftsreiseabläufe und beherrschen die Nutzung von Internet Booking Engines. Sie unterstützen auf vielfältige Weise die Organisation und Durchführung von Messen, Ausstellungen, Kongresse und Tagungen. Sie können unmittelbar nach dem Studium Aufgaben des Travel Managements bei Unternehmen und spezialisierten Dienstleistern sowie in Marketing- und Service-Bereichen der Veranstaltungsstätten und Veranstaltungsagenturen übernehmen.

Mobilität und Verkehrsträgermanagement:

Die Absolventinnen und Absolventen kennen die spezifischen Marktstrukturen und rechtlichen Rahmenbedingungen der Verkehrsträger Luftfahrt, (Eisen-)Bahn, Straßenverkehr und Schifffahrt sowie grundlegende Managementmethoden von Luft-, Schienen-, Straßen- und Schiffsverkehrsunternehmen sowie touristischen Spezialverkehrsmitteln (z.B. Berg-

Hans Mustermann

/Seilbahnen). Sie gestalten Verkehrskonzepte für Destinationen (z.B. touristische Beschilderung, Sanfte Mobilität) und berücksichtigen dabei verkehrsträgerübergreifende Ansätze.

Internationales Tourismusmanagement:

Die Absolventinnen und Absolventen kennen die wesentlichen Akteure und Prozesse der internationalen Tourismusbranche. Aus der Beobachtung von Globalisierungsverläufen wie auch Standortfragen leiten sie tourismuspolitische Entscheidungen und schätzen differenzierte Entwicklungsperspektiven des internationalen Tourismus ab. Im Schwerpunktmodul des internationalen Nachhaltigkeitsmanagements erlangen Absolventen die Fähigkeit, Einflüsse des Tourismus auf Ressourcen, Gesellschaft und Umwelt hin zu beurteilen, zu vergleichen und die wesentlichen Vor- und Nachteile kritisch zu analysieren.

Strategisches Personalmanagement im Tourismus

Die Absolventinnen und Absolventen können unmittelbar nach dem Studium als Träger personalwirtschaftlicher Aufgaben im Tourismus eingesetzt werden. Sie analysieren personalwirtschaftliche Problemsituationen und unterbreiten sachgerechte Lösungsvorschläge. Dafür bewerten und wählen sie personalwirtschaftliche Instrumente hinsichtlich ihrer Einsatzmöglichkeiten und -grenzen. Dabei achten sie auf die rechtlichen Rahmenbedingungen und die Einbindung in strategische Personalkonzepte.

Hospitality Management:

Die Absolventinnen und Absolventen gestalten den Prozess der strategischen Planung in der Hotellerie und entwickeln die Marktpositionierung von einzelnen Hotels- bzw. Hotelketten als entscheidenden Erfolgsfaktor. Sie wenden spezifischen Kennzahlen und Kostenstrukturen an, um ein Hotel bzw. eine andere Unterkunft zu analysieren, zu bewerten und leiten entsprechende betriebswirtschaftliche und Marketingentscheidungen ab. Absolventen beherrschen die gängigen Reservierungssysteme.

Online-Management:

Die Absolventinnen und Absolventen gestalten Webseiten, entwickeln Profile für Social Media und führen Webanalysen durch. Weitergehend kennen und nutzen sie Techniken des Suchmaschinenmarketing und beherrschen GPS-Anwendungen. Sie wägen Vor- und Nachteile von Offline- und Online-Geschäftsmodelle und kombinieren ggf. diese miteinander. Sie stellen digitale Geschäftsmodelle entlang der gesamten touristischen Wertschöpfungskette zusammen und binden Online-Methoden wie Netnografie, Selfie-Analyse, mobile Ethnografie ein. Sie prüfen Möglichkeiten und Grenzen von Gamification, Crowdfunding, Crowdsourcing und Co-Creation.

Regionalmanagement/ Thementourismus:

Die Absolventinnen und Absolventen nutzen Instrumentarien der Regionalförderung für die Tourismusentwicklung einer Region und achten dabei auf die Nutzung von Synergie-Effekten. Sie analysieren u.a. die Bereiche Gesundheit, Kultur, Sport als Standortfaktoren und als Ausgangspunkte zur (Weiter-)Entwicklung touristischer Angebote.

Tourismusmarketing:

Die Absolventinnen und Absolventen entwickeln touristische Marketingkonzepte auf der Grundlage sorgfältiger Auswertung von Datenerhebungen und Analyse u.a. von Zielgruppen, Unternehmens- und Marktsituation und Entscheidungsverhalten. Bei der markt- und kundengerechten Entwicklung von touristischen Produkten beziehen sie Megatrends ein und vergleichen die vielfältigen Mittel der Unternehmenskommunikation hinsichtlich ihrer Einsatzmöglichkeiten und Wirksamkeit.

Konsumgütermarketing:

Die Absolventinnen und Absolventen verfügen über vertiefte Kenntnisse in den Bereichen Markenführung (Grundlagen des Markenmanagements, Zielsysteme, Markenidentität, Markenpositionierung, Branding, Markenstrategien, Markendehnung, Markenallianzen, Markenführung) sowie Gestaltung und Wahrnehmung von Werbung (psychologische Aspekte der Werbewirkung, Werbegestaltung, Formen, Werbeeffektivitätskontrolle).

Finance, Accounting, Controlling, Taxation & Law:

Veranstaltungsplanung:

Hans Mustermann

Die Absolventinnen und Absolventen setzen die gängigen Management- und Marketinginstrumente der allgemeinen Betriebswirtschaftslehre ein. Sie planen und organisieren zielgruppenbezogenen Events und überwachen deren Erfolg in strukturierter und systematischer Weise. Im Rahmen eines strategischen Sponsoringmanagements akquirieren sie externe Finanzierungsquellen und sichern deren sachgerechte Verwendung ab.

Strategie- und Organisationsentwicklung:

Die Absolventinnen und Absolventen kennen Konzepte und unternehmensstrategische Ansätze der modernen Organisationsentwicklung in unterschiedlichen Branchen. Sie analysieren und gestalten die Rahmenbedingungen für Veränderungsprozesse und wählen dafür geeignete Methoden aus. Sie beziehen unternehmenseigene Faktoren sowie externe Wettbewerbsbedingungen in die Vorbereitung von strategischen Unternehmensentscheidungen ein.

Hans Mustermann**4.3 Einzelheiten zum Studiengang, individuell erworbene Leistungspunkte und erzielte Noten**

Erbrachte Leistungen	Note	Bewertung	ECTS-Punkte
BWL für Tourismusstudierende	2,0	gut	7
Buchführung	1,7	gut	5
Grundlagen der Tourismuswirtschaft	2,3	gut	5,5
Statistik/EDV	1,7	gut	7,5
Internationale Kompetenzen	2,3	gut	5
Investition und Finanzierung	2,0	gut	5
Wirtschaftsrecht	2,0	gut	5
Grundlagen des Tourismus	2,0	gut	7,5
Kosten- und Leistungsrechnung	1,7	gut	5
Wirtschaftsmathematik	2,3	gut	5
Englisch für Tourismus I	2,3	gut	5
Basiswissen VWL	1,7	gut	6
Rahmenbedingungen der Unternehmensführung im Tourismus I	2,3	gut	5
Vertiefung des Tourismus	1,7	gut	5
Fallstudie im Tourismus	1,7	gut	5
Methodenlehre	1,7	gut	6,5
Auslands- und Praxissemester		bestanden	
Perspektiven der Tourismuswirtschaft	2,3	gut	5
Rahmenbedingungen der Unternehmensführung im Tourismus II	1,7	gut	5
Englisch für Tourismus II	1,7	gut	5
Projektarbeit I		bestanden	5
Projektarbeit II		bestanden	5
Zweite Fremdsprache - Spanisch	2,3	gut	5

Hans Mustermann**4.3 Einzelheiten zum Studiengang, individuell erworbene Leistungspunkte und erzielte Noten**

Erbrachte Leistungen	Note	Bewertung	ECTS-Punkte
Zweite Fremdsprache - Französisch	1,7	gut	5
Zweite Fremdsprache - Russisch	2,0	gut	5
Zweite Fremdsprache - Sonstige	2,3	gut	5
Berufsfeldorientierung: Touristikmanagement	2,3	gut	
Berufsfeldorientierung: Hotelmanagement	1,7	gut	
Berufsfeldorientierung: Destinationsmanagement	2,0	gut	
Berufsfeldorientierung: Tourismuskmärkte und -marketing	2,3	gut	
Berufsfeldorientierung: Business Travel Management	2,0	gut	
Berufsfeldorientierung: Mobilität und Verkehrsträgermanagement	2,3	gut	
Berufsfeldorientierung: International Tourismus Management	1,7	gut	
Berufsfeldorientierung: Strategisches Personalmanagement im Tourismus	2,0	gut	
Berufsfeldorientierung: Hospitality Management	2,3	gut	
Berufsfeldorientierung: Online-Management	1,7	gut	
Berufsfeldorientierung: Regionalmanagement / Thementourismus	2,0	gut	
Berufsfeldorientierung: Tourismusmarketing	2,3	gut	
Berufsfeldorientierung: Konsumgütermarketing	2,0	gut	
Berufsfeldorientierung: Veranstaltungsplanung	2,0	gut	
Berufsfeldorientierung: Strategie- und Organisationsentwicklung	1,7	gut	
Berufsfeldorientierung: Finance, Accounting, Controlling, Taxation & Law	1,7	gut	
Praktikum		bestanden	17
Kolloquium	1,7	gut	1

Hans Mustermann

4.3 Einzelheiten zum Studiengang, individuell erworbene Leistungspunkte und erzielte Noten

Erbrachte Leistungen	Note	Bewertung	ECTS-Punkte
Bachelorarbeit	2,0	gut	12
Thema: Hier steht dann der Titel der Bachelor- bzw. Masterarbeit			
		Gesamt ECTS-Punkte	210

4.4 Notensystem und Notenverteilung der Gesamtnoten

Die Notenverteilung der Gesamtnoten wurde ermittelt auf Basis der Abschlussergebnisse des Studiengangs seit seiner Eröffnung (2003).

Anzahl der Absolventinnen und Absolventen: 123

Note	Leistung	Prädikat	Prädikatsbeschreibung	Verteilung	Kumulierter Anteil
1,0	95 - 100 %	Sehr gut	Eine hervorragende Leistung	10 %	10 %
bis 1,3	90 - 94 %			5 %	15 %
bis 1,7	85 - 89 %	Gut	Eine erheblich über den durchschnittlichen Anforderungen liegende Leistung	7 %	22 %
bis 2,0	80 - 84 %			10 %	32 %
bis 2,3	76 - 79 %			18 %	50 %
bis 2,7	72 - 75 %	Befriedigend	Eine Leistung, die durchschnittlichen Anforderungen entspricht	15 %	65 %
bis 3,0	68 - 71 %			13 %	78 %
bis 3,3	63 - 67 %			12 %	90 %
bis 3,7	58 - 62 %	Ausreichend	Eine Leistung, die trotz ihrer Mängel noch den Anforderungen entspricht	8 %	98 %
bis 4,0	50 - 57 %			2 %	100 %

Hans Mustermann

4.5 Gesamtnote (in Originalsprache)

gut (2,0)

Zum Zeitpunkt der Ausstellung der Abschlussdokumente gehört dieser Abschluss zu den besten 50 % seines Studienganges seit seiner Eröffnung (2003) mit einer Anzahl von 123 an Absolventinnen und Absolventen.

5. ANGABEN ZUR BERECHTIGUNG DER QUALIFIKATION

5.1 Zugang zu weiterführenden Studien

Der Absolvent hat die Fähigkeit erlangt, sein Wissen in Programmen auf Masterebene zu vertiefen. Ihm kann auf Grund der breiten betriebswirtschaftlichen Basisausbildung sowohl der Zugang zu MBA-Studiengängen als auch zu anderen Masterabschlüssen mit tourismuswirtschaftlichem Schwerpunkt empfohlen werden.

5.2 Zugang zu reglementierten Berufen

Entfällt.

6. WEITERE ANGABEN

6.1 Weitere Angaben

6.2 Informationsquellen für ergänzende Angaben

www.hs-harz.de
+49 3943 659 200

7. ZERTIFIZIERUNG

Dieses Diploma Supplement nimmt Bezug auf folgende Original-Dokumente:

Urkunde über die Verleihung des Grades vom 05.05.2021

Prüfungszeugnis vom 05.05.2021

Transkript vom 05.05.2021

Datum der Zertifizierung: 05.05.2021

Prüfungsausschussvorsitzender

8. ANGABEN ZUM NATIONALEN HOCHSCHULSYSTEM

Die Informationen über das nationale Hochschulsystem auf den folgenden Seiten geben Auskunft über den Grad der Qualifikation und den Typ der Institution, die sie vergeben hat.

Hans Mustermann

8. INFORMATIONEN ZUM HOCHSCHULSYSTEM IN DEUTSCHLAND [1]

8.1 Die unterschiedlichen Hochschulen und ihr institutioneller Status

Die Hochschulausbildung wird in Deutschland von drei Arten von Hochschulen angeboten.[2]

- Universitäten, einschließlich verschiedener spezialisierter Institutionen, bieten das gesamte Spektrum akademischer Disziplinen an. Traditionell liegt der Schwerpunkt an deutschen Universitäten besonders auf der Grundlagenforschung, so dass das fortgeschrittene Studium vor allem theoretisch ausgerichtet und forschungsorientiert ist.

- Fachhochschulen (FH)/Hochschulen für Angewandte Wissenschaften (HAW) konzentrieren ihre Studienangebote auf ingenieurwissenschaftliche technische Fächer und wirtschaftswissenschaftliche Fächer, Sozialarbeit und Design. Der Auftrag von angewandter Forschung und Entwicklung impliziert einen praxisorientierten Ansatz und eine ebensolche Ausrichtung des Studiums, was häufig integrierte und begleitete Praktika in Industrie, Unternehmen oder anderen einschlägigen Einrichtungen einschließt.

- Kunst- und Musikhochschulen bieten Studiengänge für künstlerische Tätigkeiten an, in Bildender Kunst, Schauspiel und Musik, in den Bereichen Regie, Produktion und Drehbuch für Theater, Film und andere Medien sowie in den Bereichen Design, Architektur, Medien und Kommunikation.

Hochschulen sind entweder staatliche oder staatlich anerkannte Institutionen. Sowohl in ihrem Handeln einschließlich der Planung von Studiengängen als auch in der Festsetzung und Zuerkennung von Studienabschlüssen unterliegen sie der Hochschulgesetzgebung.

8.2 Studiengänge und -abschlüsse

In allen Hochschularten wurden die Studiengänge traditionell als integrierte "lange" (einstufige) Studiengänge angeboten, die entweder zum Diplom oder zum Magister Artium führten oder mit einer Staatsprüfung abschlossen.

Im Rahmen des Bologna-Prozesses wird das einstufige Studiensystem sukzessive durch ein zweistufiges ersetzt. Seit 1998 wurden in fast allen Studiengängen gestufte Abschlüsse (Bachelor und Master) eingeführt. Dies soll den Studierenden mehr Wahlmöglichkeiten und Flexibilität beim Planen und Verfolgen ihrer Lernziele bieten sowie Studiengänge international kompatibler machen.

Die Abschlüsse des deutschen Hochschulsystems einschließlich ihrer Zuordnung zu den Qualifikationsstufen sowie die damit einhergehenden Qualifikationsziele und Kompetenzen der Absolventinnen und Absolventen sind im Qualifikationsrahmen für deutsche Hochschulabschlüsse (HQR) [3] beschrieben. Die drei Stufen des HQR sind den Stufen 6, 7 und 8 des Deutschen Qualifikationsrahmens für lebenslanges Lernen (DQR) [4] und des Europäischen Qualifikationsrahmens für lebenslanges Lernen (EQR) [5] zugeordnet.

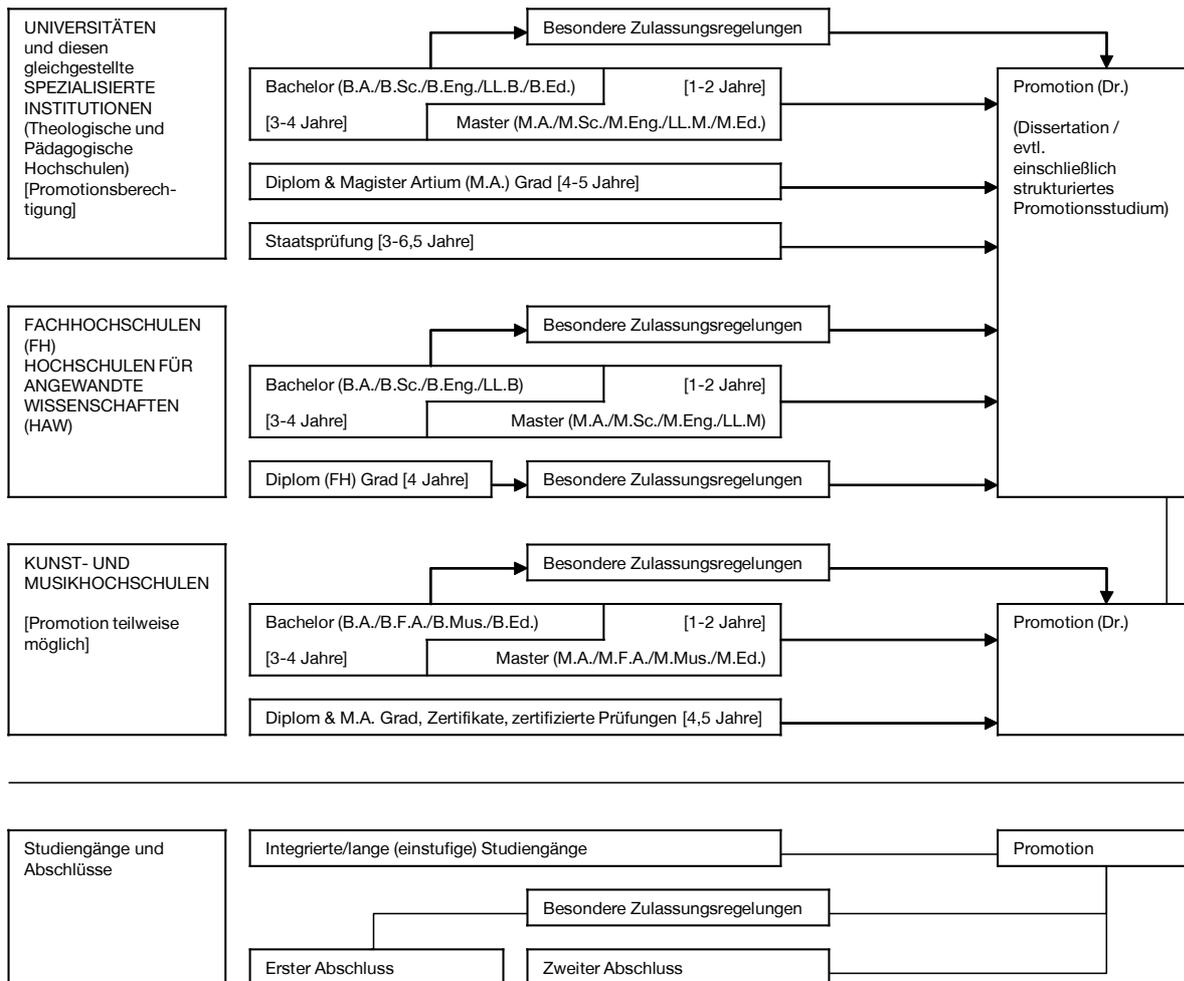
Einzelheiten s. Abschnitte 8.4.1, 8.4.2 bzw. 8.4.3. Tab. 1 gibt eine zusammenfassende Übersicht.

8.3 Anerkennung/Akkreditierung von Studiengängen und Abschlüssen

Um die Qualität und die Vergleichbarkeit von Qualifikationen sicherzustellen, müssen sich sowohl die Organisation und Struktur von Studiengängen als auch die grundsätzlichen Anforderungen an Studienabschlüsse an den Prinzipien und Regelungen der Ständigen Konferenz der Kultusminister der Länder (KMK) orientieren.[6] Seit 1999 existiert ein bundesweites Akkreditierungssystem für Bachelor- und Masterstudiengänge, nach dem alle neu eingeführten Studiengänge akkreditiert werden. Akkreditierte Studiengänge sind berechtigt, das Qualitätssiegel des Akkreditierungsrates zu führen.[7]

Hans Mustermann

Tabelle 1:
 Institutionen, Studiengänge und Abschlüsse im Deutschen Hochschulsystem



8.4 Organisation und Struktur der Studiengänge

Die folgenden Studiengänge können von allen drei Hochschularten angeboten werden. Bachelor- und Masterstudiengänge können nacheinander, an unterschiedlichen Hochschulen, an unterschiedlichen Hochschularten und mit Phasen der Erwerbstätigkeit zwischen der ersten und der zweiten Qualifikationsstufe studiert werden. Bei der Planung werden Module und das Europäische System zur Übertragung und Akkumulierung von Studienleistungen (ECTS) verwendet, wobei einem Semester 30 Kreditpunkte entsprechen.

Hans Mustermann

8.4.1 Bachelor

In Bachelorstudiengängen werden wissenschaftliche Grundlagen, Methodenkompetenz und berufsfeldbezogene Qualifikationen vermittelt. Der Bachelorabschluss wird nach 3 bis 4 Jahren vergeben.

Zum Bachelorstudiengang gehört eine schriftliche Abschlussarbeit. Studiengänge, die mit dem Bachelor abgeschlossen werden, müssen gemäß dem Studienakkreditierungsstaatsvertrag akkreditiert werden.[8]

Studiengänge der ersten Qualifikationsstufe (Bachelor) schließen mit den Graden Bachelor of Arts (B.A.), Bachelor of Science (B.Sc.), Bachelor of Engineering (B.Eng.), Bachelor of Laws (LL.B.), Bachelor of Fine Arts (B.F.A.), Bachelor of Music (B.Mus.) oder Bachelor of Education (B.Ed.) ab.

Der Bachelorgrad entspricht der Qualifikationsstufe 6 des DQR/EQR.

8.4.2 Master

Der Master ist der zweite Studienabschluss nach weiteren 1 bis 2 Jahren. Masterstudiengänge können nach den Profiltypen "anwendungsorientiert" und "forschungsorientiert" differenziert werden. Die Hochschulen legen das Profil fest.

Zum Masterstudiengang gehört eine schriftliche Abschlussarbeit. Studiengänge, die mit dem Master abgeschlossen werden, müssen gemäß dem Studienakkreditierungsstaatsvertrag akkreditiert werden.[9]

Studiengänge der zweiten Qualifikationsstufe (Master) schließen mit den Graden Master of Arts (M.A.), Master of Science (M.Sc.), Master of Engineering (M.Eng.), Master of Laws (LL.M.), Master of Fine Arts (M.F.A.), Master of Music (M.Mus.) oder Master of Education (M.Ed.) ab. Weiterbildende Masterstudiengänge können andere Bezeichnungen erhalten (z.B. MBA).

Der Mastergrad entspricht der Qualifikationsstufe 7 des DQR/EQR.

8.4.3 Integrierte "lange" einstufige Studiengänge: Diplom, Magister Artium, Staatsprüfung

Ein integrierter Studiengang ist entweder mono-disziplinär (Diplom-abschlüsse und die meisten Staatsprüfungen) oder besteht aus einer Kombination von entweder zwei Hauptfächern oder einem Haupt- und zwei Nebenfächern (Magister Artium). Das Vorstudium (1,5 bis 2 Jahre) dient der breiten Orientierung und dem Grundlagenerwerb im jeweiligen Fach. Eine Zwischenprüfung (bzw. Vordiplom) ist Voraussetzung für die Zulassung zum Hauptstudium, d.h. zum fortgeschrittenen Studium und der Spezialisierung. Voraussetzung für den Abschluss sind die Vorlage einer schriftlichen Abschlussarbeit (Dauer bis zu 6 Monaten) und umfangreiche schriftliche und mündliche Abschlussprüfungen. Ähnliche Regelungen gelten für die Staatsprüfung. Die erworbene Qualifikation entspricht dem Master.

- Die Regelstudienzeit an Universitäten beträgt bei integrierten Studiengängen 4 bis 5 Jahre (Diplom, Magister Artium) oder 3,5 bis 6,5 Jahre (Staatsprüfung). Mit dem Diplom werden ingenieur-, natur- und wirtschaftswissenschaftliche Studiengänge abgeschlossen. In den Geisteswissenschaften ist der entsprechende Abschluss in der Regel der Magister Artium (M.A.). In den Sozialwissenschaften variiert die Praxis je nach Tradition der jeweiligen Hochschule. Juristische, medizinische und pharmazeutische Studiengänge schließen mit der Staatsprüfung ab. Dies gilt in einigen Ländern auch für Lehramtsstudiengänge.

Die drei Qualifikationen (Diplom, Magister Artium und Staatsprüfung) sind akademisch gleichwertig und auf der Qualifikationsstufe 7 des DQR/EQR angesiedelt. Sie bilden die formale Voraussetzung zur Promotion. Weitere Zulassungsvoraussetzungen können von der Hochschule festgelegt werden, s. Abschnitt 8.5.

- Die Regelstudienzeit an Fachhochschulen (FH)/Hochschulen für Angewandte Wissenschaften (HAW) beträgt bei integrierten Studiengängen 4 Jahre und schließt mit dem Diplom (FH) ab. Dieses ist auf der Qualifikationsstufe 6 des DQR/EQR angesiedelt. Qualifizierte Absolventinnen und Absolventen von Fachhochschulen/Hochschulen für Angewandte Wissenschaften können sich für die Zulassung zur Promotion an promotionsberechtigten Hochschulen bewerben, s. Abschnitt 8.5.

- Das Studium an Kunst- und Musikhochschulen ist in seiner Organisation und Struktur abhängig vom jeweiligen Fachgebiet und der individuellen Zielsetzung. Neben dem Diplom- bzw. Magisterabschluss gibt es bei integrierten Studiengängen Zertifikate und zertifizierte Abschlussprüfungen für spezielle Bereiche und berufliche Zwecke.

Hans Mustermann

8.5 Promotion

Universitäten, gleichgestellte Hochschulen sowie einige Fachhochschulen (FH)/Hochschulen für Angewandte Wissenschaften (HAW) und einige Kunst- und Musikhochschulen sind promotionsberechtigt. Formale Voraussetzung für die Zulassung zur Promotion ist ein qualifizierter Masterabschluss (Fachhochschulen und Universitäten), ein Magisterabschluss, ein Diplom, eine Staatsprüfung oder ein äquivalenter ausländischer Abschluss. Entsprechende Abschlüsse von Kunst- und Musikhochschulen können in Ausnahmefällen (wissenschaftliche Studiengänge, z.B. Musiktheorie, Musikwissenschaften, Kunst- und Musikpädagogik, Medienwissenschaften) formal den Zugang zur Promotion eröffnen. Besonders qualifizierte Inhaber eines Bachelorgrades oder eines Diploms (FH) können ohne einen weiteren Studienabschluss im Wege eines Eignungsfeststellungsverfahrens zur Promotion zugelassen werden. Die Universitäten bzw. promotionsberechtigten Hochschulen regeln sowohl die Zulassung zur Promotion als auch die Art der Eignungsprüfung. Voraussetzung für die Zulassung ist außerdem, dass das Promotionsprojekt von einem Hochschullehrer als Betreuer angenommen wird.

Die Promotion entspricht der Qualifikationsstufe 8 des DQR/EQR.

8.6 Benotungsskala

Die deutsche Benotungsskala umfasst üblicherweise 5 Grade (mit zahlenmäßigen Entsprechungen; es können auch Zwischennoten vergeben werden): "Sehr gut" (1), "Gut" (2), "Befriedigend" (3), "Ausreichend" (4), "Nicht ausreichend" (5). Zum Bestehen ist mindestens die Note "Ausreichend" (4) notwendig. Die Bezeichnung für die Noten kann in Einzelfällen und für die Promotion abweichen.

Außerdem findet eine Einstufungstabelle nach dem Modell des ECTS-Leitfadens Verwendung, aus der die relative Verteilung der Noten in Bezug auf eine Referenzgruppe hervorgeht.

8.7 Hochschulzugang

Die Allgemeine Hochschulreife (Abitur) nach 12 bis 13 Schuljahren ermöglicht den Zugang zu allen Studiengängen. Die Fachgebundene Hochschulreife ermöglicht den Zugang zu allen Studiengängen an Fachhochschulen, an Universitäten und gleichgestellten Hochschulen, aber nur zu bestimmten Fächern. Das Studium an Fachhochschulen ist auch mit der Fachhochschulreife möglich, die in der Regel nach 12 Schuljahren erworben wird. Der Zugang zu Studiengängen an Kunst- und Musikhochschulen und entsprechenden Studiengängen an anderen Hochschulen sowie der Zugang zu einem Sportstudiengang kann auf der Grundlage von anderen bzw. zusätzlichen Voraussetzungen zum Nachweis einer besonderen Eignung erfolgen.

Beruflich qualifizierte Bewerber und Bewerberinnen ohne schulische Hochschulzugangsberechtigung erhalten eine allgemeine Hochschulzugangsberechtigung und damit Zugang zu allen Studiengängen, wenn sie Inhaber von Abschlüssen bestimmter, staatlich geregelter beruflicher Aufstiegsfortbildungen sind (zum Beispiel Meister/in im Handwerk, Industriemeister/in, Fachwirt/in (IHK), Betriebswirt/in (IHK) und (HWK), staatlich geprüfte/r Techniker/in, staatlich geprüfte/r Betriebswirt/in, staatlich geprüfte/r Gestalter/in, staatlich geprüfte/r Erzieher/in). Eine fachgebundene Hochschulzugangsberechtigung erhalten beruflich qualifizierte Bewerber und Bewerberinnen mit einem Abschluss einer staatlich geregelten, mindestens zweijährigen Berufsausbildung und i.d.R. mindestens dreijähriger Berufspraxis, die ein Eignungsfeststellungsverfahren an einer Hochschule oder staatlichen Stelle erfolgreich durchlaufen haben; das Eignungsfeststellungsverfahren kann durch ein nachweislich erfolgreich absolviertes Probestudium von mindestens einem Jahr ersetzt werden.[10]

Die Hochschulen können in bestimmten Fällen zusätzliche spezifische Zulassungsverfahren durchführen.

Hans Mustermann

8.8 Informationsquellen in der Bundesrepublik

- Kultusministerkonferenz (KMK) (Ständige Konferenz der Kultusminister der Länder in der Bundesrepublik Deutschland); Graurheindorfer Str. 157, D-53117 Bonn; Tel.: +49(0)228/501-0; www.kmk.org; E-Mail: hochschulen@kmk.org
- Zentralstelle für ausländisches Bildungswesen (ZAB) als deutsche NARIC; www.kmk.org; E-Mail: zab@kmk.org
- Deutsche Informationsstelle der Länder im EURYDICE-Netz, für Informationen zum Bildungswesen in Deutschland; www.kmk.org; E-Mail: eurydice@kmk.org
- Hochschulrektorenkonferenz (HRK); Leipziger Platz 11, D-10117 Berlin, Tel.: +49 30 206292-11; www.hrk.de; E-Mail: post@hrk.de
- "Hochschulkompass" der Hochschulrektorenkonferenz, enthält umfassende Informationen zu Hochschulen, Studiengängen etc. (www.hochschulkompass.de)

[1] Die Information berücksichtigt nur die Aspekte, die direkt das Diploma Supplement betreffen.

[2] Berufsakademien sind keine Hochschulen, es gibt sie nur in einigen Bundesländern. Sie bieten Studiengänge in enger Zusammenarbeit mit privaten Unternehmen an. Studierende erhalten einen offiziellen Abschluss und machen eine Ausbildung im Betrieb. Manche Berufsakademien bieten Bachelorstudiengänge an, deren Abschlüsse einem Bachelorgrad einer Hochschule gleichgestellt werden können, wenn sie vom Akkreditierungsrat akkreditiert sind.

[3] Qualifikationsrahmen für deutsche Hochschulabschlüsse (Beschluss der Kultusministerkonferenz vom 16.02.2017).

[4] Deutscher Qualifikationsrahmen für lebenslanges Lernen (DQR), Gemeinsamer Beschluss der Ständigen Konferenz der Kultusminister der Länder in der Bundesrepublik Deutschland, des Bundesministeriums für Bildung und Forschung, der Wirtschaftsministerkonferenz und des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie (Beschluss der Kultusministerkonferenz vom 15.11.2012). Ausführliche Informationen unter www.dqr.de.

[5] Empfehlung des Europäischen Parlaments und des Europäischen Rates zur Einrichtung des Europäischen Qualifikationsrahmens für lebenslanges Lernen vom 23.04.2008 (2008/C 111/01 – Euro-päischer Qualifikationsrahmen für lebenslanges Lernen – EQR).

[6] Musterrechtsverordnung gemäß Artikel 4 Absätze 1 – 4 Studienakkreditierungsstaatsvertrag (Beschluss der Kultusminister-konferenz vom 07.12.2017).

[7] Staatsvertrag über die Organisation eines gemeinsamen Akkreditierungssystems zur Qualitätssicherung in Studium und Lehre an deutschen Hochschulen (Studienakkreditierungsstaatsvertrag) (Beschluss der KMK vom 08.12.2016) In Kraft getreten am 01.01.2018.

[8] Siehe Fußnote Nr. 7.

[9] Siehe Fußnote Nr. 7.

[10] Hochschulzugang für beruflich qualifizierte Bewerber ohne schulische Hochschulzugangsberechtigung (Beschluss der Kultusministerkonferenz vom 06.03.2009).