

**Basisinformationen Studiengangsakkreditierung**

# Hochschule Fresenius

## Fachbereich Wirtschaft & Medien

**Telefon: 0800-7245834**
**E-Mail: [beratung@hs-fresenius.de](mailto:beratung@hs-fresenius.de)**
**Internet: [www.hs-fresenius.de](http://www.hs-fresenius.de)**

Studiengang	Digitales Management
<b>Abschlussgrad</b>	Master of Arts
<b>Zuordnung des Master-Studienganges</b>	konsekutiv
<b>Profilzuordnung Master</b>	anwendungsorientiert
<b>ECTS-Punkte</b>	120
<b>Durchführungsform</b>	Vollzeit
<b>Regelstudienzeit</b>	4 Semester
<b>Durchführungsorte</b>	Köln, Hamburg, München, Wiesbaden, Berlin
<b>Unterrichtssprache</b>	Deutsch
<b>Kurzprofil des Studiengangs</b>	<p>Die <b>Zielgruppe</b> des Masterstudiengangs Digitales Management sind Absolvent*innen mit einschlägigem Bachelorabschluss, die eine Spezialisierung im zunehmend an Bedeutung gewinnenden Bereich der Digitalisierung an der Schnittstelle zum Management anstreben und damit die Digitale Transformation aktiv gestalten möchten.</p> <p>Laut <b>Qualifikationsprofil</b> haben die Absolvent*innen des Masterstudiengangs ‚Digitales Management‘ (M. A.) neben einem umfangreichen betriebswirtschaftlichen Wissen vertiefte Kenntnisse in dem Bereich digitaler Medien. Die zunehmende digitale Transformation modifiziert in einem grundlegenden Umfang Geschäftsmodelle im Medienbereich ebenso wie im Dienstleistungs- und Realgütersektor. Die Absolvent*innen besitzen strategische, fachliche und methodisch-wissenschaftliche Kompetenzen im Kontext der digitalen Transformation der Medien- und Werbemärkte. Komplexe Fragestellungen zu den Themen Optimierung von Produktion und Lagerung, personalisierter Zielgruppenansprache und ‚Predictive Applications‘ können die Absolvent*innen wissenschaftlich analysieren, argumentativ darstellen und entwickelte Lösungen zielführend umsetzen. Dazu gehören grundlegende Managementkompetenzen, die auf den digitalen Bereich ausgerichtet sind. Neben Kenntnissen der klassischen Managementansätze gehören dazu auch digitale Managementmethoden. Weitere Qualifikationen weisen die Absolvent*innen in den Bereichen Entrepreneurship, digitale Medien, Entscheidungstheorie, Finanzmanagement, Organisationsmanagement und Wirtschaftsethik auf. Die Studierenden erwerben umfassende Qualifikationen in den Bereichen allge-</p>

meines Management, strategisches Marketing besonders in konvergenzgetriebenen Bereichen und Formen der Datenanalysen. Sie haben die Kompetenz Smart Data in Unternehmen als umfassenden Change-Prozess zu implementieren und zu steuern.

Der konsekutive **Masterstudiengang Digitales Management (M.A.)** spiegelt die in der Grundordnung der Hochschule Fresenius festgelegten Ziele und Aufgaben auf Studiengangsebene wider, indem durch anwendungsbezogene Lehre die Studierenden auf berufliche Tätigkeiten vorbereitet werden, die die Anwendung wissenschaftlicher Erkenntnisse und wissenschaftlicher Methoden erfordern. Im Masterstudiengang DM wird aktuelles Fach- und fachübergreifendes Wissen vermittelt. Das Bildungsangebot ist den allgemein anerkannten Grundsätzen guter wissenschaftlicher Praxis verpflichtet und enthält den Erwerb von methodischen, Persönlichkeits- und Sozialkompetenzen und die Gewährleistung der Beschäftigungsfähigkeit und der Befähigung zum lebenslangen Lernen.

Aufnahme des Studienbetriebs	WS 2015/16
Aufnahmekapazität pro Semester/ Standort	25
Erstakkreditierung	17.06.2015
Akkreditiert bis	31.08.2022
Vergabe des Siegels des Akkreditierungsrates	Hochschule Fresenius
Auflagen	Auflagen, die im Rahmen des Akkreditierungsverfahrens erteilt wurden, wurden erfüllt.
<b>Zusammenfassende Bewertung</b>	Aus gutachterlicher Sicht ist das Qualifikationsprofil des Studiengangs klar und outcome-orientiert definiert. Die Qualifikationsziele umfassen fachliche und überfachliche Aspekte und beziehen sich zudem auf eine wissenschaftliche Befähigung, die Befähigung zur Aufnahme einer qualifizierten Erwerbstätigkeit, die Befähigung zum gesellschaftlichen Engagement als auch den Bereich der Persönlichkeitsentwicklung. Die Zugangsvoraussetzungen sind auf Grundlage des Hessischen Hochschulgesetzes geregelt und in der Prüfungsordnung, nachvollziehbar verfasst. Der Studiengang gliedert sich in fünf Fachgebiete des Managements sowohl aus dem anwendungsorientierten als auch aus dem Forschungsbereich. Die Module werden strukturiert in einem Modulhandbuch mit den dazugehörigen Prüfungsleistungen beschrieben. Workload und didaktisches Konzept sind den Studiengangszielen entsprechend angepasst. Auch die Prüfungsleistungen entsprechen den Lehrformen und outcome-orientierten Lernergebnisziele und sind in den einschlägigen Prüfungsordnungen determiniert. Aus gutachterlicher Sicht qualifiziert der anwendungs-orientierte Masterstudiengang die Absolvent*innen für Führungsaufgaben innerhalb der (Medien-)Wirtschaft unter Berücksichtigung der globalen Wirtschaft mit ihren digitalen Veränderungen und befähigt zu einem sicheren Umgang mit Herausforderungen und Methoden der digitalen Ökonomie.

SK