

Diploma Supplement

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, Geburtsland

23.6.1974, Musterhausen

1.4 Matrikelnummer oder Code des/der Studierenden

7862

2. ANGABEN ZUR QUALIFIKATION

2.1 Bezeichnung der Qualifikation (ausgeschrieben, abgekürzt)

Bachelor of Science (B.Sc.)

Bezeichnung des Titels (ausgeschrieben, abgekürzt)

entfällt

2.2 Hauptstudienfach oder –fächer für die Qualifikation

Wirtschaftspsychologie mit den Spezialisierungen:

- Personalentwicklung
- Personalauswahl
- Change Management / Organisationsentwicklung
- Coaching
- Werbung und Konsumpsychologie
- Konsumgütermarketing
- Marktforschung

2.3 Name der Einrichtung, die die Qualifikation verliehen hat

Hochschule Harz - Hochschule für angewandte Wissenschaften (FH)

Status (Typ / Trägerschaft)

Fachhochschule in öffentlicher Trägerschaft

2.4 Name der Einrichtung, die den Studiengang durchgeführt hat

Hochschule Harz - Hochschule für angewandte Wissenschaften (FH)

Status (Typ / Trägerschaft)

Fachhochschule in öffentlicher Trägerschaft

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

Deutsch und Englisch

3. ANGABEN ZUR EBENE DER QUALIFIKATION

3.1 Ebene der Qualifikation

graduiert/ erster berufsqualifizierender Abschluss mit Abschlussarbeit

3.2 Dauer des Studiums (Regelstudienzeit)

3,5 Jahre mit 7 Semestern

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 Anforderungen des Studiengangs/Qualifikationsprofil des Absolventen/der Absolventin

Der akkreditierte Bachelor-Studiengang "Wirtschaftspsychologie" stellt eine Kombination aus Betriebswirtschaftslehre und Psychologie in den für Unternehmen relevanten Teilen dar. Der Absolvent/ die Absolventin hat ein breites Wissen über die Grundlagen beider Fächer sowie über diejenigen Teilbereiche der angewandten Psychologie, die für Unternehmen relevant sind. Er/ sie kann, dem naturwissenschaftlichen Ansatz der Psychologie folgend, in reflektierter Weise mit dem sich noch ständig erweiternden psychologischen Wissensbestand umgehen, sich selbständig aktuelle Themenfelder erschließen und sie fundiert in die Praxis umsetzen. Er/ sie beherrscht die wissenschaftlichen Methoden und kann sie in eigenen Untersuchungen einsetzen.

Als Basis für eine effektive Arbeit beherrscht der Absolvent/ die Absolventin Projektmanagement, ist vertraut mit softwaregestützter Kommunikation, Office- sowie Statistikprogrammen und hat diese Kenntnisse bereits in mehreren eigenen Projekten eingesetzt. Er/ sie ist als Vertreter eines Schnittstellenstudiengangs geschult in Präsentations-, Kommunikations-, Teamarbeits- und Moderationstechniken sowie im Bereich Textkompetenz. Englisch wird sicher in Wort und Schrift beherrscht, ebenso das eigenständige Erarbeiten von Lösungen für Aufgaben und Probleme der unternehmerischen Praxis.

Die Ausbildung umfasst einerseits die betriebswirtschaftlichen Fächer wie Unternehmensführung und Organisation, Rechnungswesen und Controlling, die betriebswirtschaftlichen Grundlagen von Marketing, Marktforschung, Human Resource Management und Personalführung. Daneben wird fundiertes Grundlagenwissen in Volkswirtschaftslehre, Wirtschaftsrecht, Wirtschaftsmathematik und Statistik vermittelt.

Die psychologische Ausbildung umfasst andererseits Allgemeine Psychologie, Persönlichkeitspsychologie und -diagnostik, Sozial-, Organisations-, sowie Markt- und Konsumpsychologie und Methodenlehre sowie die Vermittlung der wissenschaftstheoretischen Grundlagen und des methodischen Werkzeugs, um psychologische Untersuchungen professionell durchzuführen, Daten zu erheben, auszuwerten und zu interpretieren. In Praxisprojekten werden die Inhalte berufsrelevant umgesetzt.

Eines der beiden Berufsfelder "Personal" oder "Marketing" kann vertieft werden. "Marketing" umfasst die Berufsfeldorientierungen "Marktforschung", "Konsumgütermarketing" und "Werbe- und Konsumentenpsychologie". "Personal" umfasst die Berufsfeldorientierungen "Personalauswahl" und "Personalentwicklung" sowie wahlweise "Coaching" oder "Change

Management/Organisationsentwicklung".**Personalentwicklung:**

Die Berufsfeldorientierung (BFO) "Personalentwicklung" hat als Ziel, die Absolventen dazu zu befähigen, selbständig Personalentwicklungsmaßnahmen zu konzipieren, umzusetzen und zu evaluieren. Der Absolvent/ die Absolventin kennt die theoretischen Grundlagen, praktische Konzepte und Methoden sowie neuere Ansätze (bspw. E-Learning oder selbstorganisiertes Lernen) und Lösungen für aktuelle Probleme (bspw. für die Folgen der demografischen Entwicklung). Er/sie kann Maßnahmen wie Trainings, basierend auf einer klaren Bedarfsanalyse, entwickeln, durchführen und evaluieren, dabei transfersichernde Methoden einsetzen und die Einhaltung von Qualitätsstandards sicherstellen. Der Absolvent/die Absolventin erwirbt im Rahmen des Studiums hierin praktische Erfahrungen.

Personalauswahl:

Die Berufsfeldorientierung "Personalauswahl" hat als Ziel, die Absolventen in die Lage zu versetzen, selbständig Personalauswahlmaßnahmen zu konzipieren, durchzuführen und zu evaluieren. Der Absolvent/ die Absolventin kennt theoretische Grundlagen, alle gängigen Standardverfahren (z. B. Assessment Center) sowie neuere Ansätze (z. B. Multimodale Interviews). Er/ sie ist in der Lage, Anforderungsanalysen durchzuführen, geeignete Personalauswahlssysteme situationsadäquat zusammenzustellen und zu implementieren und durch Evaluationen Qualitätsstandards zu sichern. Der Absolvent/ die Absolventin erwirbt im Rahmen des Studiums eigene praktische Erfahrungen mit dem Einsatz von Personalauswahlmaßnahmen.

Change Management/Organisationsentwicklung:

Die Berufsfeldorientierung "Change Management/Organisationsentwicklung" verfolgt das Ziel, den Absolventen/die Absolventin zu befähigen, als interner oder externer Berater Change Management-Projekte in der Praxis zu initiieren, durchzuführen und zu bewerten. Der Absolvent/ die Absolventin kann verschiedene Ansätze des Veränderungsmanagements (u.a. Gutachten, Fachberatung, systemische Beratung, Business Process Re-Engineering) voneinander abgrenzen und ihre praktische Eignung im jeweiligen Anwendungsfall beurteilen. Dem psychologieorientierten Ansatz "Organisationsentwicklung" wurde dabei ein besonderer Stellenwert beigemessen.

Coaching:

Die Berufsfeldorientierung "Coaching" hat das Ziel, die Absolventen dazu zu befähigen, ein Einzelcoaching zu kontraktieren, durchzuführen und zu evaluieren. Die Absolventen kennen Grundlagen und aktuelle theoretische und methodische Zugänge zu Coaching. Sie verfügen über Instrumente der Prozessdiagnose und Prozessdokumentation. Sie sind in der Lage, ein Interventionsdesign im Spannungsfeld von Ziel, Person und Prozess zu entwickeln und kritisch zu reflektieren, kennen Instrumente der Qualitätssicherung der eigenen Arbeit (kollegiales Coaching, Intervision, Supervision) und können diese den Erfordernissen der Praxis entsprechend einsetzen.

Werbung und Konsumpsychologie:

Die Berufsfeldorientierung "Werbung und Konsumpsychologie" umfasst verschiedene Aspekte des Konsumentenverhaltens und der Werbegestaltung. Einen ersten Schwerpunkt bilden die unbewussten Prozesse der Konsumentenpsychologie (automatische Assoziationen, unbewusste Motive und Einstellungen). Hier werden aktuelle Methoden zur Erfassung unbewußter Motive und Kognitionen vermittelt und aktiv geübt. Weitere Schwerpunkte bilden die Themenbereiche "Verkäufer-Kunde-Interaktion" - hier geht es im Wesentlichen um die interpersonellen Aspekte der Beeinflussung und der Verhandlungsführung - und "Werbegestaltung", insbesondere "Anzeigengestaltung". Ein besonderes Augenmerk liegt darauf, anhand aktueller Forschungsbefunde den spezifisch psychologischen Anteil an den behandelten Themen herauszuarbeiten und dabei das Basiswissen aus den vorausgegangenen Veranstaltungen zu vertiefen und zu erweitern.

Konsumgütermarketing:

Der Absolvent/ die Absolventin verfügt 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, Werbeerfolgskontrolle). Der Absolvent/ die Absolventin hat mittels kleinerer Fallstudien gelernt, Probleme des Konsumgütermarketings selbständig zu lösen. Er/ sie kann im Team an einer Lösung arbeiten und ihre Lösungen im Plenum präsentieren.

Marktforschung:

Die Berufsfeldorientierung "Marktforschung" hat als Ziel, den Absolventen/ die Absolventin in die Lage zu versetzen, einen Marktforschungsprozess mit den Teilabschnitten "Datenerhebung" und "Datenanalyse" rechnergestützt selbständig durchführen zu können. Dabei wird er/ sie mit der gängigen kommerziellen Software zu diesen Gebieten vertraut gemacht. Besonderer Wert wird in der Ausbildung darauf gelegt, die Gefahren zu verdeutlichen, die mit einer unreflektierten Benutzung von Statistikprogrammen einhergehen und eine methodisch einwandfreie Vorgehensweise gefährden. Der Absolvent/ die Absolventin sammelt im Rahmen des Studiums eigene praktische Erfahrungen mit der Durchführung von Marktforschungsstudien.

Im Studiengang fanden folgende Prüfungsformen Anwendung:

- Klausur (Wissensüberprüfung)
- Hausarbeit (Wissenserarbeitung, Wissensanwendung, wissenschaftliches Arbeiten)
- Referat (Wissenserarbeitung, Präsentationsfähigkeit)
- supervidierte Praxisprojekte (praktische Anwendung, Methodenkompetenz, Teamarbeit)
- Bachelorarbeit (Wissenserarbeitung und -anwendung, wissenschaftliches Arbeiten, konzeptuelles Arbeiten)
- Kolloquium (wissenschaftliche Disputation der Bachelorarbeit).

4.3 Einzelheiten zum Studiengang

Erbrachte Leistungen Courses Taken	Note Grade	Bewertung Performance Appraisal	ECTS-Punkte ECTS-Credits	ECTS-Note ECTS-Grade
Wirtschaftswissenschaftliche Grundlagen 1 Basics of Economics and Business Administration 1	2,7	befriedigend	5	*
Seminar Unternehmensführung Business Management Seminar	3,4	befriedigend	5	*
Wirtschaftsmathematik Business Mathematics	3	befriedigend	5	*
Wirtschaftspsychologische Grundlagen Basics of Business Psychology	3,8	ausreichend	5	*
Allgemeine Psychologie General Psychology	2,4	gut	5	*
Professionelles Englisch I Professional English I	3,9	ausreichend	5	*
Wirtschaftsrecht Business Law	3	befriedigend	5	*
Wirtschaftswissenschaftliche Grundlagen 2 Basics of Economics and Business Administration 2	3,4	befriedigend	5	*
Wirtschaftspsychologische Methodik 1 Methods of Business Psychology 1	3,2	befriedigend	5	*
Unternehmensfinanzierung Business Finance	1,1	sehr gut	5	*
Persönlichkeitspsychologie und -diagnostik Psychology of Personality and Diagnosis	1,5	sehr gut	5	*
Sozialpsychologie Social Psychology	2,2	gut	5	*
Wirtschaftspsychologische Methodik 2 Methods of Business Psychology 2	3,3	befriedigend	5	*

Marktforschung Market Research	3,1	befriedigend	5	*
Organisationspsychologie Organisational Psychology	3,6	ausreichend	5	*
Marketinggrundlagen Basics of Marketing	2,2	gut	5	*
Markt- und Konsumpsychologie Market and Consumer Psychology	3,4	befriedigend	5	*
Human Resource Management Human Resource Management	1,7	gut	5	*
Auslands- und Praxissemester Work Placement or Study Abroad	3,3	befriedigend		*
Praxis der Personalführung Leadership	2,4	gut	5	*
Betriebliches Rechnungswesen und Controlling Management Accounting and Controlling	2,7	befriedigend	5	*
Praxisprojekt Practical Project	1,4	sehr gut	8	*
Ausgewählte Themen der Wirtschaftspsychologie Selected Topics of Business Psychology	2,7	befriedigend	5	*
Professionelles Englisch II Professional English II	3,4	befriedigend	7	*
Berufsfeldorientierung: Personalentwicklung Professional Field Orientation: Personnel Development	3,4	befriedigend		*
Berufsfeldorientierung: Personalauswahl Professional Field Orientation: Personnel Selection	1,3	sehr gut		*
Berufsfeldorientierung: Change Management Professional Field Orientation: Change Management	3,2	befriedigend		*
Berufsfeldorientierung: Werbung und Konsumpsychologie Professional Field Orientation: Advertising and Consumer Psychology	1,6	gut		*
Berufsfeldorientierung: Marktforschung für Wirtschaftspsychologen Professional Field Orientation: Market Research for Business Psychologists	1,1	sehr gut		*
Berufsfeldorientierung: Konsumgütermarketing Professional Field Orientation: Consumer Goods Marketing	2,3	gut		*
Berufsfeldorientierung: Coaching Professional Field Orientation: Coaching	4	ausreichend		*
Praktikum Work Placement	3,9	ausreichend	17	*
Kolloquium Colloquium	2,1	gut	1	*
Bachelorarbeit Bachelor Thesis	2,7	befriedigend	12	*

Thema: Hier steht dann der Titel der Bachelor- bzw. Masterarbeit in deutsch

Theme:

Hier steht dann der Titel der Bachelor- bzw. Masterarbeit in englisch, soweit vorhanden

* Wegen geringer Fallzahl nicht berechnet.

4.4 Notensystem und Hinweise zur Vergabe von Noten

Note HS Harz Grade	Prädikat Performance appraisal
1,0 - 1,3	Sehr gut Very good
1,7 - 2,0 - 2,3	Gut Good
2,7 - 3,0 - 3,3	Befriedigend Satisfactory
3,7 - 4,0	Ausreichend Sufficient
5,0	Nicht ausreichend Non-sufficient/Fail

Die Berechnung der ECTS-Note erfolgt für eine Prüfungskohorte von drei zurückliegenden Semestern. Die ECTS-Note wird ab einer Anzahl von 20 Prüfungsereignissen in der Prüfungskohorte ermittelt.

vgl. hierzu Punkt 8.6

4.5 Gesamtnote

2,2 (gut)

ECTS-Note: C

5. ANGABEN ZUM STATUS DER QUALIFIKATION

5.1 Zugang zu weiterführenden Studien

Der Absolvent/die Absolventin verfügt über die Fähigkeit, sein Wissen in Programmen auf Master-Ebene zu vertiefen. Dies kann sowohl in betriebswirtschaftlich als auch in psychologisch ausgerichteten Master-Studiengängen geschehen.

5.2 Beruflicher Status

Entfällt

6. WEITERE ANGABEN

6.1 Weitere Angaben

Es wurden zusätzliche Leistungen erbracht.

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 17.02.2014

Prüfungszeugnis vom 17.02.2014

Transcript of Records vom 17.02.2014

Datum der Zertifizierung: 17.02.2014

Der Vorsitzende des Prüfungsausschusses

Siegel der Hochschule

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.

8. INFORMATIONEN ZUM HOCHSCHULSYSTEM IN DEUTSCHLAND¹

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* konzentrieren ihre Studienangebote auf ingenieurwissenschaftliche und technische Fächer, wirtschaftswissenschaftliche Fächer, Sozialarbeit und Design. Der Auftrag von angewandter Forschung und Entwicklung impliziert einen klaren praxisorientierten Ansatz und eine berufsbezogene 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 drei Hochschultypen wurden die Studiengänge traditionell als integrierte „Länge“ (einstufige) Studiengänge angeboten, die entweder zum Diplom oder zum Magister Artium führen oder mit einer Staatsprüfung abschließen.

Im Rahmen des Bologna-Prozesses wird das einstufige Studiensystem sukzessive durch ein zweistufiges ersetzt. Seit 1998 besteht die Möglichkeit, parallel zu oder anstelle von traditionellen Studiengängen gestufte Studiengänge (Bachelor und Master) anzubieten. Dies soll den Studierenden mehr Wahlmöglichkeiten und Flexibilität beim Planen und Verfolgen ihrer Lernziele bieten, sowie Studiengänge international kompatibler machen.

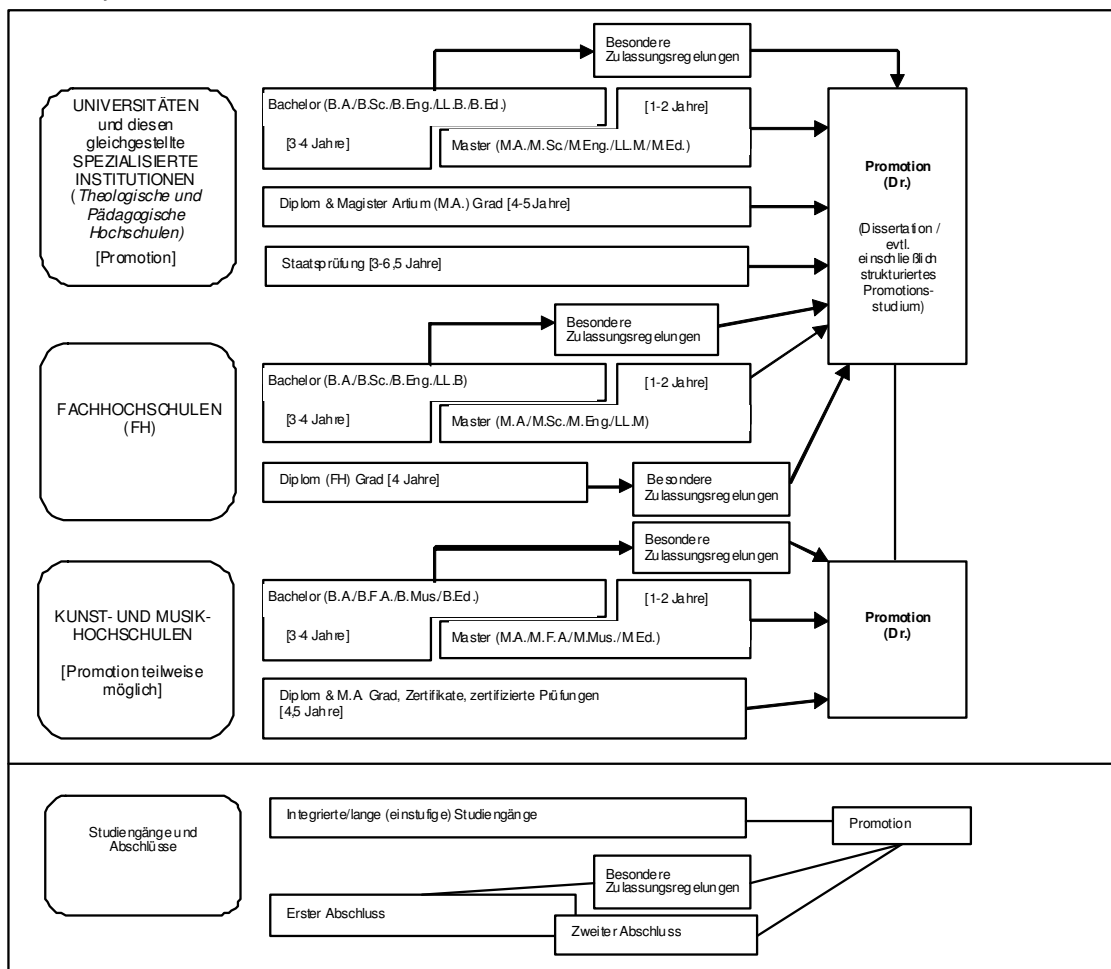
Die Abschlüsse des deutschen Hochschulsystems einschließlich ihrer Zuordnung zu den Qualifikationsstufen sowie die damit einhergehenden Qualifikationsziele und Kompetenzen der Absolventen sind im Qualifikationsrahmen für deutsche Hochschulabschlüsse³ beschrieben.

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 sicher zu stellen, 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.⁴ Seit 1999 existiert ein bundesweites Akkreditierungssystem für Studiengänge unter der Aufsicht des Akkreditierungsrates, nach dem alle neu eingeführten Studiengänge akkreditiert werden. Akkreditierte Studiengänge sind berechtigt, das Qualitätssiegel des Akkreditierungsrates zu führen.⁵

Tab. 1: Institutionen, Studiengänge und Abschlüsse im Deutschen Hochschulsystem



8.2 Organisation und Struktur der Studiengänge

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

8.4.1 Bachelor

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

Zum Bachelorstudengang gehört eine schriftliche Abschlussarbeit. Studiengänge, die mit dem Bachelor abgeschlossen werden, müssen gemäß dem Gesetz zur Errichtung einer Stiftung zur Akkreditierung von Studiengängen in Deutschland akkreditiert werden.⁶

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.

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 Masterstudengang gehört eine schriftliche Abschlussarbeit. Studiengänge, die mit dem Master abgeschlossen werden, müssen gemäß dem Gesetz zur Errichtung einer Stiftung zur Akkreditierung von Studiengängen in Deutschland akkreditiert werden.⁷

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).

8.4.3 Integrierte „lange“ einstufige Studiengänge: Diplom, Magister Artium, Staatsprüfung

Ein integrierter Studiengang ist entweder mono-disziplinär (Diplomabschlüsse 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 Grundagenerwerb 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 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. Sie bilden die formale Voraussetzung zur Promotion. Weitere Zulassungsvoraussetzungen können von der Hochschule festgelegt werden, s. Abschnitt 8.5.

- Die Regelstudienzeit an *Fachhochschulen* (FH) beträgt bei integrierten Studiengängen 4 Jahre und schließt mit dem Diplom (FH) ab. Fachhochschulen haben kein Promotionsrecht; qualifizierte Absolventen 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.

8.5 Promotion

Universitäten sowie gleichgestellte Hochschulen 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. Besonders qualifizierte Inhaber eines Bachelorgrades oder eines Diplom (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.

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 den Doktorgrad abweichen. Außerdem verwenden Hochschulen zum Teil eine ECTS-Benotungsskala.

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 bestimmten Fächern. Das Studium an Fachhochschulen ist auch mit der Fachhochschulreife möglich, die in der Regel nach 12 Schuljahren erworben wird. Der Zugang zu Kunst- und Musikhochschulen kann auf der Grundlage von anderen bzw. zusätzlichen Voraussetzungen zum Nachweis einer besonderen Eignung erfolgen.

Die Hochschulen können in bestimmten Fällen zusätzliche spezifische Zulassungsverfahren durchführen.

8.8 Informationsquellen in der Bundesrepublik

- Kultusministerkonferenz (KMK) (Ständige Konferenz der Kultusminister der Länder in der Bundesrepublik Deutschland); Lennéstr. 6, D-53113 Bonn; Fax: +49(0)228/501-229; Tel.: +49(0)228/501-0
- Zentralstelle für ausländisches Bildungswesen (ZaB) als deutsche NARIC; www.kmk.org; E-Mail: zab@kmk.org
- „Dokumentations- und Bildungsinformationsdienst“ als deutscher Partner im EURYDICE-Netz, für Informationen zum Bildungswesen in Deutschland (<http://www.kmk.org/dokumentation/zusammenarbeit-auf-europaeischer-ebene-im-eurydice-informationsnetz.html>); E-Mail: eurydice@kmk.org
- Hochschulrektorenkonferenz (HRK); Ahlstr. 39, D-53175 Bonn; Fax: +49(0)228/887-110; Tel.: +49(0)228/887-0; 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. Informationsstand 01.07.2010.

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 von einer deutschen Akkreditierungsagentur akkreditiert sind.

³ Qualifikationsrahmen für deutsche Hochschulabschlüsse (Beschluss der Kultusministerkonferenz vom 21.04.2005).

⁴ Ländergemeinsame Strukturvorgaben für die Akkreditierung von Bachelor- und Masterstudiengängen (Beschluss der Kultusministerkonferenz vom 10.10.2003 i.d.F. vom 04.02.2010).

⁵ „Gesetz zur Errichtung einer Stiftung „Stiftung zur Akkreditierung von Studiengängen in Deutschland“, in Kraft getreten am 26.02.05, GV. NRW. 2005, Nr. 5, S. 45, in Verbindung mit der Vereinbarung der Länder zur Stiftung „Stiftung zur Akkreditierung von Studiengängen in Deutschland“ (Beschluss der Kultusministerkonferenz vom 16.12.2004).

⁶ Siehe Fußnote Nr. 5.

⁷ Siehe Fußnote Nr. 5.