

Akkreditierungsagentur  
im Bereich Gesundheit und Soziales



## **Bewertungsbericht**

**zum Antrag der Business School Berlin - Hochschule für Management  
(BSP),**

**Fakultät Business and Management,**

**auf Akkreditierung des Bachelor-Studiengangs**

**„Kommunikationsmanagement“ (Bachelor of Arts, B.A.)**

AHPGS Akkreditierung gGmbH

Sedanstr. 22

79098 Freiburg

Telefon: 0761/208533-0

E-Mail: [ahpgs@ahpgs.de](mailto:ahpgs@ahpgs.de)

|                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|----------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Vor-Ort-Begutachtung | 30.06.2016                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| Gutachtergruppe      | <p>Frau Prof. Dr. Marion Halfmann, Hochschule Rhein-Waal, Kleve</p> <p>Herr Markus Landherr, Personalleiter des Pfalzkrankums, Klingenmünster</p> <p>Herr Prof. Dr. Björn Maier, Duale Hochschule Baden-Württemberg Mannheim</p> <p>Herr Prof. Dr. Axel Mattenklott, Johannes Gutenberg-Universität Mainz</p> <p>Frau Lea Mikus, University of Amsterdam</p> |
| Beschlussfassung     | 22.09.2016                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |

## **Inhalt**

|            |                                                                       |           |
|------------|-----------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>1</b>   | <b>Einführung in das Akkreditierungsverfahren .....</b>               | <b>4</b>  |
| <b>2</b>   | <b>Sachstand zur Vor-Ort-Begutachtung .....</b>                       | <b>6</b>  |
| <b>2.1</b> | <b>Verfahrensbezogene Unterlagen .....</b>                            | <b>6</b>  |
| <b>2.2</b> | <b>Studiengangskonzept .....</b>                                      | <b>7</b>  |
| 2.2.1      | Strukturdaten des Studiengangs .....                                  | 7         |
| 2.2.2      | Qualifikationsziele, Arbeitsmarkt und Berufschancen .....             | 10        |
| 2.2.3      | Modularisierung und Prüfungssystem .....                              | 13        |
| 2.2.4      | Zulassungsvoraussetzungen .....                                       | 17        |
| <b>2.3</b> | <b>Studienbedingungen und Qualitätssicherung .....</b>                | <b>17</b> |
| 2.3.1      | Personelle Ausstattung .....                                          | 17        |
| 2.3.2      | Sächliche und räumliche Ausstattung .....                             | 18        |
| 2.3.3      | Qualitätssicherung im Studiengang .....                               | 20        |
| <b>2.4</b> | <b>Institutioneller Kontext .....</b>                                 | <b>23</b> |
| <b>3</b>   | <b>Gutachten .....</b>                                                | <b>25</b> |
| <b>3.1</b> | <b>Vorbemerkung .....</b>                                             | <b>25</b> |
| <b>3.2</b> | <b>Eckdaten zum Studiengang .....</b>                                 | <b>26</b> |
| <b>3.3</b> | <b>Vor-Ort-Bericht der Gruppe der Gutachtenden .....</b>              | <b>27</b> |
| 3.3.1      | Qualifikationsziele .....                                             | 27        |
| 3.3.2      | Konzeptionelle Einordnung des Studiengangs in das Studiensystem ..... | 29        |
| 3.3.3      | Studiengangskonzept .....                                             | 31        |
| 3.3.4      | Studierbarkeit .....                                                  | 33        |
| 3.3.5      | Prüfungssystem .....                                                  | 34        |
| 3.3.6      | Studiengangsbezogene Kooperationen .....                              | 36        |
| 3.3.7      | Ausstattung .....                                                     | 36        |
| 3.3.8      | Transparenz und Dokumentation .....                                   | 37        |
| 3.3.9      | Qualitätssicherung und Weiterentwicklung .....                        | 37        |
| 3.3.10     | Studiengänge mit besonderem Profilanspruch .....                      | 38        |
| 3.3.11     | Geschlechtergerechtigkeit und Chancengleichheit .....                 | 39        |
| <b>3.4</b> | <b>Zusammenfassende Bewertung .....</b>                               | <b>39</b> |
| <b>4</b>   | <b>Beschluss der Akkreditierungskommission .....</b>                  | <b>41</b> |

## **1 Einführung in das Akkreditierungsverfahren**

Die Akkreditierung von Bachelor- und Master-Studiengängen wird in den „Ländergemeinsamen Strukturvorgaben für die Akkreditierung von Bachelor- und Masterstudiengängen“ (Beschluss der Kultusministerkonferenz vom 10.10.2003 i. d. F. vom 04.02.2010) verbindlich vorgeschrieben und in den einzelnen Hochschulgesetzen der Länder auf unterschiedliche Weise als Voraussetzung für die staatliche Genehmigung eingefordert.

Die Begutachtung des Studiengangs durch die Gutachtergruppe und die Akkreditierungsentscheidung der Akkreditierungskommission der Akkreditierungsagentur im Bereich Gesundheit und Soziales (AHPGS) orientiert sich an den vom Akkreditierungsrat in den „Regeln für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung“ (beschlossen am 08.12.2009 i. d. F. vom 20.02.2013, Drs. AR 20/2013) vorgegebenen Kriterien. Von Bedeutung ist dabei, ob der zu akkreditierende Studiengang ein schlüssiges und kohärentes Bild im Hinblick auf gesetzte und zu erreichende Ziele ergibt.

Die Durchführung des Akkreditierungsverfahrens erfolgt in drei Schritten:

### **I. Antragstellung durch die Hochschule**

Die Geschäftsstelle prüft den von der Hochschule eingereichten Akkreditierungsantrag und die entsprechenden Anlagen auf Vollständigkeit und bezogen auf die Erfüllung der Kriterien des Akkreditierungsrates und der Vorgaben der Kultusministerkonferenz. Sie erstellt dazu eine zusammenfassende Darstellung des Sachstands (siehe 2.1 bis 2.4), die von der Hochschule geprüft und freigegeben und zusammen mit allen Unterlagen der Gutachtergruppe zur Verfügung gestellt wird.

### **II. Vor-Ort-Begutachtung (Peer-Review)**

Die Vor-Ort-Begutachtung umfasst Gespräche mit der Hochschulleitung, den Dekanen, den Programmverantwortlichen und den Studierenden. Sie liefert der Gutachtergruppe über die schriftlichen Unterlagen hinausgehende Hinweise zum Studiengang. Aufgabe der Gutachterinnen und Gutachter im Rahmen der Vor-Ort-Begutachtung ist die Überprüfung und Beurteilung der Kriterien des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen. Die Gutachtergruppe erstellt nach der Vor-Ort-Begutachtung auf Basis der Analyse des Antrags und der eingereichten Unterlagen sowie der Ergebnisse der Vor-Ort-Begutachtung das Gutachten (siehe 3). Das Gutachten geht der Hochschule

ohne Beschlussempfehlung (siehe 3.4) zur Stellungnahme zu. Zusammen mit allen von der Hochschule eingereichten Unterlagen dient das Gutachten als Grundlage für die Akkreditierungsentscheidung der Akkreditierungskommission (siehe 4).

### **III. Beschlussfassung der Akkreditierungskommission der AHPGS**

Die Beschlussfassung der Akkreditierungskommission erfolgt auf Basis der von der Hochschule eingereichten Unterlagen, der von der Geschäftsstelle erstellten zusammenfassenden Darstellung des Sachstandes zur Vor-Ort-Begutachtung, dem abgestimmten Gutachtervotum und unter Berücksichtigung der von der Hochschule nachgereichten Unterlagen und der Stellungnahme zum sachlichen Teil des Gutachtens.

Nach der Beschlussfassung der Akkreditierungskommission wird der Bewertungsbericht, der den von der Hochschule freigegebenen Sachstand zum Zeitpunkt der Vor-Ort-Begutachtung, das Gutachten und den Beschluss der Akkreditierungskommission enthält, gemäß den „Regeln für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung“ (beschlossen am 08.12.2009 i. d. F. vom 20.02.2013, Drs. AR 20/2013) veröffentlicht.

## 2 Sachstand zur Vor-Ort-Begutachtung

### 2.1 Verfahrensbezogene Unterlagen

Der Antrag der BSP Business School Berlin auf Akkreditierung des Bachelor-Studiengangs „Kommunikationsmanagement“ wurde am 21.01.2016 bei der AHPGS eingereicht.

Am 25.04.2016 hat die AHPGS der BSP Business School Berlin offene Fragen bezogen auf den Antrag auf Akkreditierung des eingereichten Bachelor-Studiengangs „Kommunikationsmanagement“ mit der Bitte um Beantwortung zugeschickt. Am 10.05.2016 sind die Antworten auf die offenen Fragen (AoF) bei der AHPGS eingetroffen.

Die Freigabe der zusammenfassenden Darstellung des Sachstandes durch die Hochschule erfolgte am 23.05.2016.

Neben dem Antrag auf Akkreditierung des Bachelor-Studiengangs „Kommunikationsmanagement“ finden sich folgende Anlagen:

|           |                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|-----------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Anlage 01 | Ordnungen<br>1.1 Rahmenstudien- und -prüfungsordnung<br>1.2 Studienordnung<br>1.3 Studiengangsspezifische Prüfungsordnung<br>1.4 Zulassungs- und Auswahlordnung<br>1.5 Berufungsordnung<br>1.6 Grundordnung<br>1.7 Diploma Supplement<br>1.8 Projektstudienordnung |
| Anlage 02 | Studienablaufplan                                                                                                                                                                                                                                                  |
| Anlage 03 | 3.1 Modulhandbuch – Vollzeitmodell<br>3.2 Modulhandbuch – Teilzeitmodell                                                                                                                                                                                           |
| Anlage 04 | Lehrverflechtungsmatrix und Kurzlebensläufe der Lehrenden                                                                                                                                                                                                          |
| Anlage 05 | 5.1 Forschungskonzept<br>5.2 Forschungsbiografien der Professorinnen und Professoren                                                                                                                                                                               |
| Anlage 06 | Gleichstellungskonzept                                                                                                                                                                                                                                             |
| Anlage 07 | Qualitätsmanagementkonzept                                                                                                                                                                                                                                         |

|           |                                                                                                          |
|-----------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Anlage 08 | Ressourcenkonzept                                                                                        |
| Anlage 09 | Konzept Blended Learning                                                                                 |
| Anlage 10 | Bibliothekskonzept                                                                                       |
| Anlage 11 | Mustervertrag für Professorinnen und Professoren                                                         |
| Anlage 12 | Evaluierungsbericht                                                                                      |
| Anlage 13 | Gesellschaftsvertrag                                                                                     |
| Anlage 14 | Mitarbeiterweiterbildung                                                                                 |
| Anlage 15 | Abkürzungsverzeichnis                                                                                    |
| Anlage 16 | Bewertungsbericht Erstakkreditierung                                                                     |
| Anlage 17 | Erklärung der Hochschulleitung zur Sicherstellung der räumlichen, sächlichen und apparativen Ausstattung |

Der Sachstand zur Vor-Ort-Begutachtung, das Gutachten sowie die Beschlussfassung der Akkreditierungskommission bilden die Grundlage für den Bewertungsbericht.

## 2.2 Studiengangskonzept

### 2.2.1 Strukturdaten des Studiengangs

|                         |                                                                                                                                                       |
|-------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Hochschule              | BSP Business School Berlin<br>Hochschule für Management                                                                                               |
| Fakultät/Fachbereich    | Fakultät Business and Management                                                                                                                      |
| Studiengangstitel       | „Kommunikationsmanagement“                                                                                                                            |
| Abschlussgrad           | Bachelor of Arts (B.A.)                                                                                                                               |
| Art des Studiums        | Vollzeit, Teilzeit                                                                                                                                    |
| Organisationsstruktur   | 24 Wochenstunden in der Vorlesungszeit im Vollzeitmodell;<br>5 fünf Blockwochenenden im Semester jeweils von Donnerstag bis Montag im Teilzeitmodell. |
| Regelstudienzeit        | 6 Semester im Vollzeitmodell;<br>9 Semester im Teilzeitmodell.                                                                                        |
| Credit Points (CP) nach | 180 CP                                                                                                                                                |

|                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|---------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| dem European Credit Transfer System (ECTS)  |                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| Stunden/CP                                  | 30 Stunden/CP                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| Workload                                    | <i>Vollzeit</i><br>Gesamt: 5.400 Stunden<br>Kontaktzeiten: 1.952 Stunden<br>Selbststudium: 2.548 Stunden<br>Praxis: 900 Stunden<br><i>Teilzeit</i> (vgl. AOF, Antwort 4)<br>Gesamt: 5.400 Stunden<br>Kontaktzeiten: 1.160 Stunden<br>Selbststudium: 3.340 Stunden<br>Praxis: 900 Stunden |
| CP für die Abschlussarbeit                  | 10 CP inkl. Kolloquium                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| erstmaliger Beginn des Studiengangs         | ab Wintersemester 2010/2011 in Potsdam (an der damaligen BSP Business School Potsdam)<br>ab Wintersemester 2012/2013 in Berlin                                                                                                                                                           |
| erstmalige Akkreditierung                   | 14.12.2010                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| Zulassungszeitpunkt                         | jeweils zum Wintersemester und Sommersemester                                                                                                                                                                                                                                            |
| Anzahl der Studienplätze                    | jeweils 30 Studienplätze                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| Anzahl bisher immatrikulierter Studierender | 99 (Stand: WS 2015/2016)                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| Anzahl bisherige Absolvierte                | 173 (Stand: 30.09.2015)                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| Studiengebühren                             | 590,- Euro monatlich (Gesamt 21.240 Euro) im Vollzeitmodell;<br>440,- Euro monatlich (Gesamt 23.760 Euro) im Teilzeitmodell.                                                                                                                                                             |

Tabelle 1: Strukturdaten des Studiengangs

Der von der BSP Business School Berlin - Hochschule für Management zur Akkreditierung eingereichte Bachelor-Studiengang „Kommunikationsmanagement“ wurde am 14.12.2010 an der Business School Potsdam (BSP) bis zum 30.09.2016 mit Auflagen erstmalig akkreditiert. Im Rahmen der erstmaligen

Akkreditierung im Jahr 2010 wurden drei Auflagen ausgesprochen, die fristgemäß von der Hochschule erfüllt wurden. Mit Wirkung zum 01.10.2012 hat die Hochschule den Sitz von Potsdam nach Berlin verlegt. Die Akkreditierungskommission bestätigte mit Beschluss vom 16.05.2013 die Akkreditierung unter Einbeziehung dieser Änderung.

Im Rahmen der Auflagenerfüllung hat die Hochschule das Modulhandbuch des Studiengangs überarbeitet, damit die Module „Wahlpflichtmodul“ und „Wissenschaftliches Arbeiten“ innerhalb eines Studienjahres abgeschlossen werden können. Mit Wirkung zum Wintersemester 2011/12 erfolgte die Umstellung von Trimestern auf Semester (vgl. Anlage 16), um die Anschlussfähigkeit und Kompatibilität der BSP-Studiengänge zu der herrschenden Studienstruktur im deutschen Hochschulsystem herzustellen. Bezogen auf weitere Änderungen erläutert die Hochschule im Antrag unter 1.2.1, dass 2011 ein weiteres Anwendungsfeld und somit ein Wahlpflichtbereich - „Kulturkommunikation und Eventmanagement“ – zum Studiengangskonzept hinzugefügt wurde. Ferner wurde das Anwendungsfeld „Politikkommunikation“ als dritter Wahlpflichtbereich eingesetzt. Im Antrag unter 1.2.1 findet sich eine Modulübersicht des damals akkreditierten Modells.

Weitere Änderungen betreffen bspw. die Zusammenfassung der Module „Projektstudium I und II“ zu einer umfassenden Projektstudienphase im fünften Semester.

Zum Sommersemester 2016 wurden weitere Änderungen vorgenommen, die ebenfalls im Antrag unter 1.2.1 beschrieben sind. So wurden drei Wahlpflichtbereiche mit 12 Modulen auf vier Pflichtmodule reduziert. Dabei wurden aus allen Bereichen die laut Hochschule attraktivsten Themenbereiche als Module der Berufsfeldbezogenen Handlungskompetenz aufgenommen, die von allen Studierenden zu belegen sind: M12 „Werbung und Markenmanagement“; M13 „Public Relations und Wirtschaftsjournalismus“; M14 „Politikkommunikation und Public Affairs“; M15 „Kulturmarketing und Eventmanagement“. Als Gründe für diese Entscheidung nennt die Hochschule die ungleich verteilte Priorisierung der Wahlpflichtbereiche von Studierenden und die damit verbundene lerndidaktische, organisatorische und ökonomische Auswirkungen. Darüber hinaus stellte die Hochschule fest, dass Wahlvertiefungen und Spezialisierungen erst auf Masterniveau sinnvoll erscheinen.

Unter Anlage 12 findet sich ein Evaluierungsbericht für den Bachelor-Studiengang „Kommunikationsmanagement“, dessen Gegenstand die Ergebnisse einer Studiengangsevaluation des Bachelor-Studiengangs im Vollzeitmodell sind.

In den AOF, Antwort 4, wird angegeben, dass der Studiengang bislang nur als Vollzeit-Modell angeboten wurde. Eine Nachfrage nach dem Teilzeitmodell gab es bisher nicht.

Die BSP Business School Berlin hat zum Wintersemester 2012/2013 ihren Hauptstandort auf einen gemeinsamen Hochschulcampus mit der Partnerhochschule MSB Medical School Berlin verlegt. Ein weiterer Campus der BSP befindet sich in der Hamburger Hafen City. Der vorliegende Studiengang wird ausschließlich am Standort Berlin angeboten.

Die Bachelor-Urkunde und das Bachelor-Zeugnis werden durch ein Diploma Supplement ergänzt, welches Auskunft über das dem Abschluss zugrunde liegende Studium gibt (vgl. Anlage 01). Informationen über den durch Anrechnung ersetzten Teil des Studiums, die sich auf den Umfang und die Art der Ersatzleistungen beziehen, werden bei Bedarf im Diploma Supplement unter 4.6 dokumentiert.

### **2.2.2 Qualifikationsziele, Arbeitsmarkt und Berufschancen**

Das Ziel des Studiengangs besteht laut Hochschule darin, Kommunikationsmanager auszubilden, die über ganzheitliche Kompetenzen in den Bereichen Kommunikation und Management gleichermaßen verfügen, um ein integriertes Kommunikationsmanagement im engeren Sinne als Management von und durch Kommunikation in und von Organisationen zu professionalisieren (vgl. Antrag, 1.3.1).

Der Studiengang integriert Erkenntnisse der betriebswirtschaftlichen Management- und Marketingforschung sowie der Kommunikations- und Medienwissenschaften. Damit wird das „Phänomen Kommunikation konzeptionell konsequent im gesamten Managementprozess und umgekehrt der Managementprozess in sämtlicher Kommunikationsarbeit“ (ebd.) verankert.

Bezogen auf die wissenschaftliche Befähigung gibt die Hochschule an, dass das übergeordnete Lernziel darin besteht, den Studierenden die komplexen Phänomene Management und Kommunikation sowie deren Verknüpfungen zu

verdeutlichen und ein grundlegendes konzeptionelles Verständnis für ein integriertes Kommunikationsmanagement zu vermitteln. „Durch diese spezifische Ausrichtung werden Absolventen ausgebildet, die Zusammenhänge erkennen und bewerten sowie ganzheitlich denken und disziplinübergreifend handeln können. Die Studierenden eignen sich durch aktives Studieverhalten eine wissenschaftliche Methodenkompetenz an. Ebenso wird die Kreativität der Studierenden gefördert und entwickelt, was sich im Ergebnis besonders in denjenigen Modulen zeigt, in denen Problemstellungen anhand von Rollenspielen oder Simulationen innovativ gelöst werden“ (Antrag, 1.3.2).

Bezüglich der Persönlichkeitsentwicklung gibt die Hochschule an, dass den Studierenden im Rahmen des Studiums vielfach die Möglichkeit gegeben wird, die zu der eigenen Person passenden individuellen Fähigkeiten und Interessen zu erkennen und zu bewerten sowie in der inhaltlichen Breite des Studiums Schwerpunkte zu identifizieren (vgl. ebd.).

Die Befähigung zu gesellschaftlichem Engagement und zu bürgerschaftlicher Teilhabe vermittelt der Studiengang laut Hochschule dahingehend, dass die Thematik grundlegend an der Hochschule im Rahmen der betriebswirtschaftlichen Managementmodule konzeptionell verankert ist. Management wird demnach nicht nur als erfolgs-, sondern auch als verständigungsorientiertes Handeln verstanden. Vor allem in den Modulen 1 bis 5 werden Grundkenntnisse aus dem Zusammenwirken von Wirtschaft und Gesellschaft vermittelt. „Die Managementfunktionen Planung, Organisation, Personal, Führung und Kontrolle in und von Unternehmen und Institutionen umfassen grundlegende Aspekte bürgerlicher Teilhabe wie auch ein Verständnis für die Übernahme von Verantwortung für Menschen“ (ebd.).

Der Studiengang untergliedert sich in die folgenden vier Kompetenzfelder

- „Allgemeine Fachkompetenz im Management“,
- „Spezifische Fachkompetenz“,
- „Berufsfeldbezogene Handlungskompetenz“ sowie
- „Methoden- und Sozialkompetenz“,

die im Antrag unter 1.3.3 bezogen auf die spezifisch vermittelten Fach-, Methoden-, Lern- und sozialen sowie übergreifenden Kompetenzen detailliert beschrieben werden. Beispielhaft sollen die Studierenden zu Generalisten in den Einzeldisziplinen Management und Kommunikation ausgebildet werden.

Zugleich sollen sie auch Spezialisten an der Schnittstelle beider Bereiche ausgebildet werden (vgl. ebd.). „Die allgemeine Fachkompetenz basiert auf einem theoretisch fundierten Wissen in den Bereichen Betriebs- und Volkswirtschaft sowie Management. Die Studierenden verstehen wirtschaftliche und gesellschaftliche Zusammenhänge und kennen den Managementprozess und dessen Funktionen (Planung, Organisation, Personal, Führung und Kontrolle). Die spezifische Fachkompetenz basiert auf einem theoretisch fundierten Wissen in den Bereichen der Kommunikations- und Medienwissenschaft sowie in speziellen betriebswirtschaftlichen Themen. Die Studierenden erwerben zentrale Kenntnisse über kommunikationswissenschaftliche Konzepte und Grundlagen der betriebswirtschaftlichen Marketinglehre“ (ebd.).

Die Berufsmöglichkeiten und Karrierechancen nach Abschluss des Studiengangs werden von der Hochschule als vielfältig eingeschätzt. „Die Absolventen können je nach individuellen Vorlieben und Talenten – welche sie im Laufe des Studiums und durch das Projektstudium ausgiebig ausloten können – spezifische Rollen bekleiden: Sie arbeiten als Fach- und Führungskräfte in den Bereichen interne oder externe Unternehmenskommunikation, Marketing- und Personalmanagement, als Leiter oder Referent für Public Relations in öffentlichen Einrichtungen, bei Verbänden, in politischen Organisationen und Non-Profit-Organisationen, als Kommunikationsberater in Medien-, PR- und Werbeagenturen oder sie leisten wirtschaftsjournalistische Arbeit“ (Antrag, 1.4.1).

Laut Hochschule konnte das mit der Einführung des Studienganges anvisierte Ziel einer Berufsbefähigung für Kommunikations- und Managementberufe realisiert werden. „Erste Rückmeldungen von Absolventen des BA Kommunikationsmanagements aus der Praxis deuten auf positive Erfahrungen bzgl. eines Berufseinstiegs hin. In persönlichen Gesprächen mit Absolventen durch die Studiengangsleitung wurden vor allem folgende Berufsfelder genannt: interne bzw. externe Kommunikationsabteilungen von Unternehmen (Marketing, PR, Personalmarketing) oder verschiedene Einsatzfelder als Kommunikationsdienstleister in Agenturen (Werbung, PR, Beratung)“ (ebd.). Auch der aktuelle sowie zukünftige Bedarf an Absolvierenden des Studiengangs wird von der Hochschule als positiv erachtet. „Diese steigende Nachfrage geht einher mit der zunehmenden Spezialisierung und Digitalisierung der Wirtschaft. Inzwischen sind Social Media wie Facebook und Co. für den Alltag der Menschen mindestens so wichtig geworden wie die traditionellen Massenmedien TV, Film, Radio, Fernsehen. So ist ein Verständigungs- und Informationsraum entstanden,

in dem fließende Übergänge zwischen persönlicher, digitaler und offizieller Kommunikation die Regel sind“ (Antrag, 1.4.2).

### 2.2.3 Modularisierung und Prüfungssystem

Insgesamt sind im Studiengang 24 Module im Vollzeitmodell und 25 Module im Teilzeitmodell vorgesehen, die alle studiert werden müssen. Pro Semester sind in der Vollzeit-Variante insgesamt 30 CP vorgesehen, in der Teilzeitvariante maximal 20 CP. Mobilitätsfenster sind gegeben. Das Modul „Projektstudium“ im Teilzeit-Modell findet mit 10 CP im 6. Semester statt und mit 20 CP im 8. Semester.

Die Module sind in die vier Kompetenzfelder „Allgemeine Fachkompetenz im Management“, „Spezifische Fachkompetenz“, „Berufsfeldbezogene Handlungskompetenz“ sowie „Methoden- und Sozialkompetenz“ eingeteilt (vgl. Antrag, 1.2.1).

Folgende Module werden angeboten:

| Nr.                                                   | Modulbezeichnung                         | Sem.<br>TZ | Sem.<br>VZ | CP |
|-------------------------------------------------------|------------------------------------------|------------|------------|----|
| <i>Allgemeine Fachkompetenz in Management (30 CP)</i> |                                          |            |            |    |
| 1                                                     | Volkswirtschaftslehre                    | 2          | 1          | 5  |
| 2                                                     | Betriebswirtschaftslehre                 | 1          | 2          | 5  |
| 3                                                     | Planung und Kontrolle                    | 2          | 2          | 5  |
| 4                                                     | Organisation                             | 4          | 4          | 5  |
| 5                                                     | Personal und Führung                     | 3          | 3          | 5  |
| 6                                                     | Wahlpflichtmodul                         | 7          | 3          | 5  |
| <i>Spezifische Fachkompetenz (35 CP)</i>              |                                          |            |            |    |
| 7                                                     | Medien- und Kommunikationswissenschaft   | 1          | 1          | 5  |
| 8                                                     | Medienökonomie und Kommunikationsplanung | 3          | 3          | 10 |
| 9                                                     | Marketing                                | 2          | 1          | 10 |
| 10                                                    | Wirtschafts- und Medienrecht             | 9          | 6          | 5  |
| 11                                                    | Betriebliches Rechnungswesen             | 5          | 4          | 5  |
| <i>Berufsfeldbezogene Handlungskompetenz (75 CP)</i>  |                                          |            |            |    |

|                                              |                                              |       |   |                     |
|----------------------------------------------|----------------------------------------------|-------|---|---------------------|
| 12                                           | Werbung und Markenmanagement                 | 4     | 2 | 10                  |
| 13                                           | Public Relations und Wirtschaftsjournalismus | 5     | 3 | 10                  |
| 14                                           | Politikkommunikation und Public Affairs      | 6     | 4 | 10                  |
| 15                                           | Kulturmarketing und Eventmanagement          | 7     | 6 | 10                  |
| 16                                           | Studienprojekt                               | 7     | 4 | 5                   |
| 17                                           | Projektstudium I und II                      | 6 + 8 | 5 | TZ 10 + 20<br>VZ 30 |
| <i>Methoden- und Sozialkompetenz (40 CP)</i> |                                              |       |   |                     |
| 18                                           | Wissenschaftliches Arbeiten                  | 1     | 1 | 5                   |
| 19                                           | Empirische Sozialforschung                   | 5     | 4 | 5                   |
| 20                                           | Statistik für Kommunikationsmanager          | 3     | 2 | 5                   |
| 21                                           | Wirtschaftsinformatik                        | 4     | 3 | 5                   |
| 22                                           | Unternehmensplanspiel                        | 9     | 6 | 5                   |
| 23                                           | Training personaler und sozialer Kompetenzen | 2     | 1 | 5                   |
| 24                                           | Bachelor-Thesis und Kolloquium               | 9     | 6 | 10                  |
| <b>Gesamt</b>                                |                                              |       |   | <b>180</b>          |

Tabelle 2: Modulübersicht – Vollzeitmodell des Bachelorstudiengangs

Die Modulbeschreibungen (vgl. Anlage 03) enthalten Angaben zu der Modulbezeichnung, der Anzahl der zu erwerbenden ECTS-Punkte, zum Gesamtworkload und zu der Präsenzzeit und Selbstlernzeit, zu der Art des Moduls, der Lage im Studium, der Häufigkeit des Angebots und Dauer des Moduls, der modulverantwortlichen Person, der Art der Lehrveranstaltungen, der Voraussetzung für die Teilnahme, der Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten (Modulprüfung), der Verwendbarkeit des Moduls im weiteren Studienverlauf, den Lehrinhalten und den zu erwerbenden Kompetenzen bzw. Qualifikationszielen des Moduls.

Im Rahmen der „Allgemeinen Fachkompetenz im Management“ werden in den studiengangübergreifenden Grundlagenmodulen wirtschaftswissenschaftliche Inhalte (M1 und M2) und Grundlagen zum Managementprozess (M3, M4, M5) gelehrt, die für alle Studiengänge der Business School unabhängig von der inhaltlichen Spezialisierung relevant sind (vgl. Antrag, 1.2.1). Hinzu kommt ein Wahlpflichtmodul (M6).

In den fachspezifischen Grundlagenmodulen werden Inhalte der Themenbereiche Kommunikation und Management sowohl aus einer kommunikationswissenschaftlichen (M7, M8) als auch betriebswirtschaftlichen (M9, M10, M11) Perspektive vermittelt.

Im Kompetenzfeld „Berufsfeldbezogene Handlungskompetenz“ werden die in den Grundlagenmodulen vermittelten kommunikationswissenschaftlichen und betriebswirtschaftlichen Konzepte auf verschiedene Berufsfelder bezogen und auf praxisrelevante Fragestellungen des Kommunikationsmanagements angewendet, so die Hochschule.

Das Kompetenzfeld „Methoden- und Sozialkompetenz“ legt die Basis für wissenschaftliches Arbeiten (M18). Weitergehend gehören wissenschaftstheoretische sowie methodische Grundlagen der empirischen Sozialforschung (M19, M20, M21, M22, M23) dazu. „Das Kompetenzfeld fungiert als Querschnittsbereich zu den Grundlagen- und Vertiefungsmodulen und ist insbesondere für die Erstellung der B.A.-Thesis (M24) von Relevanz. Außerdem werden verschiedene Schlüsselqualifikationen konzeptionell vermittelt und trainiert, womit die Basis für ein reflektierendes, persönlich und sozial produktives Studieren und Arbeiten bereitet wird“ (Antrag, 1.2.1).

Der wesentliche Praxisbezug im Studiengang erfolgt durch das integrierte berufspraktische Studiensemester – Projektstudium – im Modul M17 (im Umfang von 30 CP). Es wird von Seiten der Hochschule vorbereitet, begleitet und ausgewertet. Die Projektstudienordnung (vgl. Anlage 1.8) regelt die Durchführung des Projektstudiums. Das Projektstudium kann im In- oder Ausland absolviert werden. Zudem gibt es für die Studierenden für alle Fragen rund um das Projektstudium einen Leitfaden im Intranet TraiNex (vgl. näher zum Projektstudium Antrag 1.2.6). Die Ableistung der Praktika erfolgt in von der Hochschule anerkannten Projektstudienstellen. Die wöchentliche Arbeitszeit entspricht einer Vollzeitstelle. Die Prüfungsleistung ist ein Bericht über die Projektstudienphase, der im Teilzeit-Modell im 8. Semester abzugeben ist.

Die BSP verfolgt nach eigenen Angaben einen Blended-Learning-Ansatz (Antrag, 1.2.5), der von einem Mix traditioneller nicht-elektronischer und neuer elektronischer Lehr- und Lernformen ausgeht. Verschiedene Lehrformen wie klassisches Selbststudium, Präsenzstudium, computergestütztes Training (CBT) und webbasiertes Training (WBT) werden zusammengeführt und in einem ganzheitlichen Lehrkonzept integriert, so die Hochschule. Unter Anlage

9 wird das Blended-Learning-Konzept detailliert erläutert. Im Rahmen der Re-Akkreditierung des Bachelor-Studiengangs „Kommunikationsmanagement“ werden interaktive Medien im Rahmen des neuen Moduls „Unternehmensplanspiel“ explizit curricular aufgenommen.

Hinsichtlich der internationalen Ausrichtung erläutert die Hochschule, dass im Rahmen der Methodenausbildung die internationale Forschungslandschaft beleuchtet wird. Darüber hinaus stehen internationale Literatur, sowohl Monographien als auch Fachzeitschriften, für die Studierenden (als Printmedium und/oder online) zur Verfügung. In die Lehre fließen vielfach englischsprachige Fachliteratur und Business Cases ein (vgl. Antrag 1.2.8). Hochschule fügt hinzu, dass es zahlreiche Möglichkeiten gibt für die Studierende, ihr Studium international zu gestalten. Dabei erhalten die Unterstützung vom Career Center, dem Projektstudienbüro und dem International Office (vgl. Antrag 1.2.9).

Die Integration der Forschung in den Studienverlauf wird im Antrag unter 1.2.7 ausführlich dargelegt. Hervorzuheben ist diesbezüglich der Forschungsschwerpunkt „Management im Wandel“, der ebenda vertieft erläutert wird. Weitergehend wird auch die wissenschaftliche Nachwuchsförderung beschrieben sowie die Forschungsvernetzung der Hochschule.

Alle Module werden mit einer das gesamte Modul umfassenden Prüfungsleistung abgeschlossen. Insgesamt sind 24 Modulprüfungen im Vollzeitmodell und im Teilzeitmodell zu absolvieren. Diese werden neben Bachelorarbeit und Kolloquium durch zehn Klausuren, drei Hausarbeiten, je nach Wahlpflichtmodul zwei bis drei mündliche Prüfungsleistungen, drei bis vier Präsentationen, drei Projektberichte und einen Bericht abgedeckt. Pro Semester sind vier bis sechs Prüfungen abzuleisten, nur das praktische Semester schließt mit einer Prüfung, dem Bericht, ab.

Die Modulprüfungen werden je nach Prüfungsform parallel zur Lehrveranstaltung abgelegt, am Ende der Lehrveranstaltungen oder in der unmittelbar folgenden vorlesungsfreien Zeit. Nicht bestandene Modulprüfungen können zweimal wiederholt werden, die Bachelor-Thesis kann einmal wiederholt werden. Die Wiederholung zur Notenverbesserung ist nicht zulässig (vgl. Anlage 1.1, §13). Die Module werden jeweils einmal jährlich angeboten.

Die ECTS-Einstufung entsprechend den aktuellen Vorgaben des ECTS Users' Guide ist in der Prüfungsordnung, §10, geregelt (vgl. Anlage 1.1).

Die Anrechnung von an anderen Hochschulen erbrachten Leistungen ist in der Rahmenstudien- und Prüfungsordnung (Anlage 1.1), § 14, gemäß den Vorgaben der Lissabon-Konvention geregelt. Ebenda ist die Anerkennung außerhochschulisch erworbener Kompetenzen geregelt.

Regelungen zum Nachteilsausgleich von Studierenden mit Behinderung und chronischer Krankheit hinsichtlich zeitlicher und formaler Vorgaben im Studium finden sich in § 6 der Rahmenprüfungsordnung (Anlage 1.1).

#### **2.2.4 Zulassungsvoraussetzungen**

Nach § 2 (1) der Zulassungs- und Auswahlordnung (Anlage 1.4) berechtigt zum Studium für den Bachelor-Studiengang „Kommunikationsmanagement“:

- die allgemeine Hochschulreife oder die Fachhochschulreife; eine fachgebundene Hochschulreife berechtigt zum Studium in den Fächern, auf die sie sich bezieht; oder
- eine berufliche Qualifikation nach Maßgabe von § 11 BerlHG.

Die Studienbewerberinnen und -bewerber stellen einen Zulassungsantrag. Die BSP bildet eine Auswahlkommission, die eine abschließende Entscheidung über die Zulassung zum Studium im Rahmen des Aufnahmegespräches trifft. Bei der Auswahlentscheidung finden folgende Kriterien Berücksichtigung: Auswahlgespräch, beruflicher Werdegang, Fort- und Weiterbildungen, Hochschulzugangsberechtigung bzw. entsprechende Prüfung.

### **2.3 Studienbedingungen und Qualitätssicherung**

#### **2.3.1 Personelle Ausstattung**

Die Qualifikation des wissenschaftlichen Lehrpersonals entspricht § 100 des Berliner Hochschulgesetzes. Die Professuren werden über ein Berufungsverfahren besetzt, welches die Berufsordnung regelt (vgl. Anlage 1.6). Unter Anlage 11 findet sich der Mustervertrag für Professorinnen und Professoren. Die Hochschule unterstützt die Professionalisierung ihrer Lehrenden durch das Einbinden wissenschaftlicher Weiterbildung in regelmäßige Klausurtagungen. Dabei liegt der Schwerpunkt im Bereich der hochschuldidaktischen Qualifizierung.

Zehn fest angestellte Professorinnen und Professoren sind für die Lehre im Department BWL, Management und Kommunikation zuständig (vgl. Antrag,

2.1.1). Unter Anlage 04 finden sich eine Lehrverflechtungsmatrix zum Studiengang sowie Kurzprofile der im Studiengang Lehrenden.

Gemäß der Lehrverflechtungsmatrix (vgl. Anlage 04) werden etwa 75 % der gesamten Lehre von hauptamtlich Lehrenden und etwa 25 % von Lehrbeauftragten erbracht. Der Anteil professoraler Lehre im Studiengang beträgt 72 %. Die Betreuungsrelation im Studiengang bei Vollausslastung (Anzahl Vollzeitdeputate der hauptamtlich Lehrenden zu Gesamtzahl aller Studierenden im Studiengang) liegt bei einem Lehrenden zu 30 Studierenden, so die Hochschule (vgl. AOF, Antwort, 5).

Es bestehen Möglichkeiten zur wissenschaftlichen Weiterbildung durch regelmäßige Klausurtagungen an der Hochschule. Darüber hinaus können die Mitarbeitenden der BSP ein Programm zur Mitarbeiterweiterbildung an der MSH absolvieren (vgl. Anlage 14).

Im Antrag unter 2.2.1 findet sich eine tabellarische Übersicht über das Personal im administrativen Bereich der Hochschule. Insgesamt sind hier im Umfang von 13 Vollzeitäquivalenten Mitarbeitende beschäftigt.

### **2.3.2 Sächliche und räumliche Ausstattung**

Dem Antrag ist das Ressourcenkonzept der BSP Business School Berlin beigelegt (Anlage 08). Darüber hinaus findet sich unter Anlage 17 die Erklärung der Hochschulleitung zur Sicherstellung der räumlichen, apparativen und sächlichen Ausstattung des Studiengangs.

Die BSP Business School Berlin hat zum Wintersemester 2012/2013 ihren Hauptstandort auf einen gemeinsamen Hochschulcampus mit der Partnerhochschule MSB Medical School Berlin verlegt. Ein weiterer Campus der BSP befindet sich in der Hamburger Hafen City.

Der Hochschulcampus in Berlin, an dem der Studiengang angeboten wird, hat seinen Sitz in der Siemens Villa. Sie verfügt über 24 Seminarräume, welche zwischen 30 qm und 100 qm groß sind und einen großen Hörsaal mit ca. 800 qm. Des Weiteren sind eine Bibliothek mit PC-Arbeitsplätzen für Studenten, Gruppenarbeitsräume, diverse Büroräume und eine Küche vorhanden.

Im Ortsteil Berlin-Steglitz hat die BSP Business School Berlin gemeinsam mit der MSB Medical School Berlin zum 01.01.2015 in der Kelchstr. 23 einen

weiteren Campus bezogen. Hier finden sich auf zusätzlichen 1.337 qm Nutzfläche auf vier Etagen Raum für zahlreiche weitere Unterrichtsräume und Büros.

Insgesamt steht der BSP Business School Berlin zusammen mit der MSB Medical School Berlin eine Fläche von 4.894 qm zur Verfügung.

Alle Seminar- und Gruppenarbeitsräume sind mit Tischen, Stühlen, Beamer-schranken, Whiteboards (mit Stiften und Löscher) und Projektionsflächen aus-gestattet. Den Lehrkräften stehen Laptops mit DVD-Video-Wiedergabe und entsprechender Anschluss-möglichkeit zur Verfügung. Außerdem, biete die Hochschule Overheadprojektoren, Flipcharts und Pinnwände für die allgemeine Nutzung.

Die Hochschulbibliothek ist eine wissenschaftliche Fachbibliothek ohne Archi-vierungsauftrag, die in erster Linie der Informationsversorgung der Lernenden und Lehrenden der Hochschule dienen soll und die qualifizierte Unterstützung bei der Informations- und Literaturversorgung anbietet (vgl. Antrag, 2.3.2). Der Hochschulcampus verfügt über eine Präsenz- und Leihbibliothek, die sich im Aufbau befinden. Der Bestand beläuft sich derzeit auf ca. 3.000 Medien-einheiten der Business School Berlin. Weitere 2.200 Fachbücher und Fachzeit-schriften der Medical School Berlin können ebenfalls mitgenutzt werden. Am neuen Campus Hamburg wird aktuell ein erster Medienbestand mit 400 Lehr-büchern eingerichtet.

Die Hochschule stellt verschiedene Datenbanken zur Nutzung zur Verfügung (vgl. ebd.). Auch besteht Zugriff auf die deutsche Zentralbibliothek für Wirt-schaftswissenschaften. Zugang zu Fachzeitschriften besteht laut Hochschule über die Datenbanken. Die Bibliothek ist montags bis freitags von 8 bis 19 Uhr geöffnet. Sollten Blockwochen stattfinden, ist die Bibliothek donnerstags bis freitags von 7 bis 19 Uhr und samstags sowie sonntags von 9 bis 16 Uhr zugänglich.

Der Virtual Campus stellt laut Hochschule eine wichtige Ergänzung dar. Zur Unterstützung ihres Studiums steht den Studierenden aller Studiengänge der Hochschule ein geschlossener Bereich im Internet zur Verfügung. Die Studie-renden finden hier digital aufbereitete Literatur und Unterrichtsmaterialien zu den Lehreinheiten, Projektergebnisse können im Archiv recherchiert werden, studentische Arbeitsgruppen haben eigene Verzeichnisse zur gemeinsamen

Dateiverwaltung im Rahmen von Projektarbeiten und es besteht die Möglichkeit, auf alle Serviceleistungen der Bibliothek direkt zuzugreifen. Darüber hinaus haben die Studierenden und Lehrenden der BSP am Campus Berlin die Möglichkeit, die Serviceleistungen nahezu aller wissenschaftlichen Bibliotheken der Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg bzw. des KOBV (Kooperativer Bibliotheksverbund Berlin-Brandenburg) zum großen Teil kostenfrei oder gegen ein geringes Entgelt zu nutzen. Am Campus Hamburg haben die Studierenden und Lehrenden die Möglichkeit, alle wissenschaftlichen Hamburger Bibliotheken in der Regel kostenfrei zu nutzen. Im Antrag unter 2.3.3 findet sich eine Auflistung der Hard- und Softwareausstattung der Hochschule. Im Bereich der Business School Berlin steht den Studierenden und Lehrenden ein WLAN-Netz für den Zugriff auf den Virtual Campus zur Verfügung. Der Zugriff von externen Studienorten ist möglich. Darüber hinaus wurden stationäre Arbeitsmöglichkeiten für die Studierenden geschaffen. Insgesamt ist für das Jahr 2016 und 2017 jeweils ein Budget von 120.000 Euro für die räumliche und sächliche Ausstattung eingeplant.

### **2.3.3 Qualitätssicherung im Studiengang**

Die Hochschule hat ein Konzept zur Qualitätssicherung entwickelt, welches auf dem EFQM-Modell basiert (vgl. Anlage 07 sowie Antrag, 1.6). Dieses Modell ist ein Selbstbewertungssystem, anhand dessen sich die Hochschule nach vorgegebenen neun Kriterien selbst einschätzen kann. Es wird von der Hochschulleitung als strategisches Instrument verstanden. Zur Qualitätskontrolle führt die Hochschule jährliche Erfolgsplanungen, Quartalsberichte zum Controlling und regelmäßige Zielvereinbarungsgespräche mit den Professoren durch.

Die Hochschule führt weitergehend Evaluationen der folgenden Bereiche durch: Erstsemester, Lehre, Serviceeinrichtungen, Absolvierende und Alumni (vgl. Antrag 1.6.3 /1.6.4, vgl. auch Anlage 6). Das Campus-Management-System TraiNex dient als zentrales System für die Datengewinnung im Rahmen des Qualitätsmanagements an der BSP, insbesondere für die Bewertung der Studienmodule und für die Einschätzung des Workloads. Die Evaluation des Absolvierendenverbleibs findet auf postalischem Weg statt.

Nach Abschluss eines jeden Semesters findet eine Einzelevaluation der Lehrveranstaltungen jedes Lehrenden durch die Studierenden über das elektronische Campus-Verwaltungssystem TraiNex statt. Die Lehrenden sind gehalten,

die Evaluationsergebnisse kritisch zu reflektieren und gegebenenfalls Änderungen und Verbesserungen einzuleiten. Im Rahmen von regelmäßigen Personalgesprächen und Zielvereinbarungsgesprächen werden die Ergebnisse thematisiert.

Der Dekan sowie Department- und Studiengangsleitungen setzen sich für die Qualität der Lehre in den jeweiligen Fakultäten bzw. Studiengängen ein und sprechen Empfehlungen für die Weiterentwicklung von Studienmodellen und -inhalten aus.

Insgesamt haben bislang 171 Studierende den Bachelor-Studiengang „Kommunikationsmanagement“ erfolgreich absolviert. Davon sind nach Angaben der Hochschule 59 ins Berufsleben gestartet. Anstellungen ergaben sich u.a. in der Automobilbranche, Werbeagenturen und Unternehmensberatungen, im Online-Marketing und bei großen Privatunternehmen. Einige der Absolventinnen und Absolventen absolvieren zunächst ein Praktikum, u.a. im Hinblick auf die spätere Aufnahme eines Masterstudiengangs. „Etliche Absolventen meldeten der BSP zurück, dass sich die Jobsuche schwierig gestaltet. Auf ihre Bewerbungen folgten viele Absagen bzw. gar keine Rückmeldung. Ein Teil der Absolventen (7 Personen) hat eine Selbständigkeit aufgenommen bzw. plant diesen Schritt (2) in naher Zukunft. Die angegebenen Tätigkeitsgebiete sind Dienstleistung, Beratung, Trainer, Marketingberater, Personalmanagement bzw. eigene Geschäftsideen. Eine fast genauso große Gruppe von Absolventen (55 Personen) plant im Anschluss an das Bachelorstudium einen Masterstudiengang. Favorisiert werden die Studiengänge Marketingmanagement, Kommunikationsmanagement bzw. Wirtschaftskommunikation, Internationales Management und Sportmanagement. Etliche der Absolventen planen das Masterstudium im Ausland, u.a. in der Schweiz, in Schottland, England, Holland und den USA“ (Antrag 1.6.4 und Anlage 12). Eine Verbleibstudie wurde bisher noch nicht durchgeführt (vgl. AOF, Antwort 1).

Die studentische Selbststudienzeit und die Zeit für Literaturstudium werden mit einem Onlineformular abgefragt. Anhand von den Evaluationsergebnissen stellt die Hochschule fest, dass die Beurteilung des Selbststudiums in einzelnen Modulen durch die Studierende niedriger ist, als es in dem Studiengang vorgesehen wird. Dennoch benötigen Studierende in manchen Modulen mehr Zeit für Selbststudium. Insbesondere das sechste Semester wird hinsichtlich der Studierbarkeit als anspruchsvoll bewertet, da das Absolvieren von inhaltli-

chen Modulen parallel zur Erstellung der Bachelorthesis eine spezifische Belastung darstellt, so die Hochschule (vgl. Antrag, 1.6.5). Als zentrales Ergebnis der Studiengangsbefragung ermittelt die Hochschule eine gute Vereinbarkeit zwischen Studium, Beruf und Familie (vgl. Anlage 12).

Die BSP Business School Berlin verfügt über ein Gleichstellungskonzept zur Sicherstellung und Förderung der Chancengleichheit in Forschung, Lehre und Studium sowie auf allen Entscheidungsebenen der Hochschule (vgl. Anlage 06).

Gender Mainstreaming wird an der BSP als Querschnittsaufgabe implementiert. Die Leitung des Gesamtprozesses obliegt der Geschäftsführung. Als Vertretung für Chancengleichheit ist sie verantwortlich für die Initiierung nachhaltiger Maßnahmen in allen Gremien der Hochschule. Die Entwicklung eines Implementierungskonzeptes sieht die BSP als eine zentrale Voraussetzung für eine qualitätssichernde Durchführung von Gender Mainstreaming. Als ihre wichtigsten Instrumente zur Vermittlung und Steuerung des Prozesses werden dabei regelmäßige Teambesprechungen und Klausurtagungen aller Mitarbeiter genannt. Über eine Gleichstellungsbeauftragte verfügt die Hochschule nicht (vgl. Antrag, 1.6.9).

„Das Leitbild der BSP ist geprägt von Wertschätzung und einem hohen Maß an Förderung der Studierenden und Mitarbeiter, unabhängig von dem Geschlecht, der Nationalität, der ethnischen Herkunft, der Religion, der Weltanschauung, der körperlichen Verfasstheit, der sexuellen Orientierung und der Identität.“ (vgl. Antrag 1.6.9 und Anlage 06).

Potentielle Studienbewerberinnen und -bewerber mit Behinderung oder chronischer Krankheit können vorab mit der Hochschule Fragen zur Finanzierung des Studiums, der Wohnungsversorgung und der Zulassung zum Studium klären. Beratungsangebote zum Studium obliegen den Studiengangsleiterinnen und -leitern. Die Hochschule hat Maßnahmen für blinde und sehbehinderte Studierende, für hörbehinderte Studierende und für chronisch kranke Studierende formuliert. Die Rahmenprüfungsordnung regelt den Nachteilsausgleich bei Prüfungen für Studierende mit Behinderung oder chronischer Krankheit. Detaillierte Informationen finden sich im Antrag unter 1.6.10. sowie Anlage 06.

Erste Informationen über den Studiengang befinden sich auf der Homepage <http://www.businessschool-berlin.de> (vgl. näher AOF, Antwort 2). Persönli-

che Beratung ist an den Informationsveranstaltungen, am Campustag direkt vor Ort oder auch telefonisch möglich. Weiterhin ist die BSP auf Bildungsmessen vertreten.

Die Betreuungsleistungen der Hochschule umfassen persönliche Anliegen der Studierenden, wissenschaftliche Begleitung, studiengangsspezifische Themen und Fragen zur Statuspassage. Diese werden von vielfältigen Einrichtungen der Hochschule bearbeitet, z.B. Career Center, Studiengangsleiter/ Seminargruppenleiter, Hochschulmanagement, Language Center an der BSP und andere. Sprechstunden werden durch Aushang bekannt gegeben bzw. individuell vereinbart. Auf Wunsch von Studierenden können individuelle Beratung oder Einzelbesprechungen vereinbart und durchgeführt werden. Die Kommunikation kann auch über die hochschulinterne Intranetplattform TraiNex (vgl. Anlage 11) geführt werden (vgl. Antrag, A5.8).

## **2.4 Institutioneller Kontext**

Die BSP Business School Berlin ist eine private, staatlich anerkannte Hochschule für Management mit Sitz in der Siemens-Villa in Berlin. Sie wurde 2009 als Business School Potsdam gegründet. Seit 2015 trägt die Hochschule den Namen BSP Business School Berlin GmbH – Hochschule für Management.

Die Zusammensetzung und Zuständigkeiten der Gesellschafterversammlung ergeben sich aus dem Gesellschaftsvertrag (Anlage 13). Die Mitwirkungsmöglichkeiten der Hochschulangehörigen sind in der Grundordnung für alle verbindlich geregelt (Anlage 1.6).

Die Geschäftsführung führt die Geschäfte der Gesellschaft nach Maßgabe des Gesellschaftsvertrages. Der Rektor ist für den geordneten Hochschulbetrieb verantwortlich und trifft alle erforderlichen Entscheidungen zur Erhaltung bzw. Wiederherstellung der Ordnung. Der Rektor kann bis zu zwei Prorektoren bestellen und diesen Aufgaben übertragen. Rektor, Prorektor und Geschäftsführung bilden das Rektorat. Der Senat ist oberstes akademisches Gremium der BSP Business School Berlin. In dieser Funktion wird er in Angelegenheiten der Lehre, des Studiums und der Forschung beratend tätig, die die gesamte Hochschule betreffen oder von grundsätzlicher Bedeutung sind. Er beschließt Angelegenheiten, die ihm durch die Grundordnung zur Entscheidung zugewiesen sind. Die Leistungsbereiche Lehre und Forschung werden fachlich und disziplinarisch vom Rektor und in der operativen Umsetzung unterstützend von den

Prorektoren für Forschung sowie für Studium und Lehre geleitet. Für die BSP Business School Berlin gibt es des Weiteren folgende Gremien: Studierendenrat, Zentraler Prüfungsausschuss sowie Qualitätslenkungsgruppe.

Die Hochschule verfügt derzeit über 746 Studierende am Campus Berlin und 153 Studierende am Campus Hamburg (Stand: Wintersemester 2015/16). Angeboten werden derzeit die folgenden Bachelor-Studiengänge:

- Business Administration (B.A.),
- Internationale BW (B.A.),
- Kommunikationsmanagement (B.A.),
- Modemarketing (B.A.),
- Wirtschaftspsychologie (B.A.).

Darüber hinaus werden folgende Master-Studiengänge angeboten:

- Business Administration (M.A.),
- Executive Master of Business Administration (Executive Master of Business Administration),
- Master of Business Administration (Master of Business Administration),
- Medienpsychologie (M.A.),
- Sportpsychologie/Sportpsychologische Beratung (M.A.) sowie
- Wirtschaftspsychologie (M.A.).

Alle Studienangebote sind staatlich anerkannt und akkreditiert.

In der Forschung fokussiert die Hochschule laut eigenen Angaben den zentralen Stellenwert von Managementmethoden, Unternehmensprozessen und das Verhalten von Menschen in Organisationen vor dem Hintergrund sich verändernder Märkte in der vernetzten Welt. Das Positionierungsmerkmal ist dabei insbesondere die Entwicklung von Forschungsvorhaben rund um Themen der Digitalisierung, der Wirtschaftspsychologie und der betriebswirtschaftlichen Effizienz im Spannungsbereich von kaufmännischer und sozialer Verantwortung. Dem Antrag ist das Forschungskonzept beigelegt (Anlage 5.1).

### 3 Gutachten

#### 3.1 Vorbemerkung

Die Vor-Ort-Begutachtung des von der Business School Berlin - Hochschule für Management (BSP) zur Akkreditierung eingereichten Bachelor-Studiengangs „Kommunikationsmanagement“ (Vollzeit) fand am 30.06.2016 an der Business School Berlin - Hochschule für Management (BSP) gemeinsam mit der Vor-Ort-Begutachtung der Bachelor-Studiengänge „Wirtschaftspsychologie“ und „Betriebswirtschaftslehre“ statt.

Die Akkreditierungskommission hat folgende Gutachterinnen und Gutachter berufen:

**als Vertreterinnen und Vertreter der Hochschulen:**

Frau Prof. Dr. Marion Halfmann, Hochschule Rhein-Waal, Kleve

Herr Prof. Dr. Björn Maier, Duale Hochschule Baden-Württemberg Mannheim

Herr Prof. Dr. Axel Mattenklott, Johannes Gutenberg-Universität Mainz

**als Vertreter der Berufspraxis:**

Herr Markus Landherr, Personalleiter des Pfalzkrankenhauses, Klingenmünster

**als Vertreterin der Studierenden:**

Frau Lea Mikus, University of Amsterdam

Gemäß den vom Akkreditierungsrat beschlossenen „Regeln für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung“ (Beschluss des Akkreditierungsrates vom 08.12.2009 i. d. F. vom 20.02.2013; Drs. AR 20/2013) besteht die Aufgabe der Gutachterinnen und Gutachter im Akkreditierungsprozess in der Beurteilung des Studiengangskonzeptes und der Plausibilität der vorgesehenen Umsetzung. Insbesondere geht es dabei um die Qualifikationsziele des Studiengangs, die konzeptionelle Einordnung des Studiengangs in das Studiensystem, das Studiengangskonzept, die Studierbarkeit, das Prüfungssystem, studiengangsbezogene Kooperationen, die (personelle, sächliche und räumliche) Ausstattung, Transparenz und Dokumentation, die Umsetzung von Ergebnissen der Qualitätssicherung im Hinblick auf die Weiterentwicklung des Studienganges (insbesondere sind Evaluationsergebnisse und Untersuchungen zur studentischen Arbeitsbelastung, des Studienerfolgs und des Absolventenverbleibs vorzulegen und im Rahmen der Weiterentwicklung des Studienganges zu berücksichtigen und zu dokumentieren) sowie die Umsetzung von Geschlechtergerechtigkeit und Chancengleichheit. Bei Studien-

gängen mit besonderem Profilanspruch sind zudem die damit verbundenen Kriterien und Anforderungen zu berücksichtigen und zu überprüfen.

Der Vor-Ort-Bericht der Gutachtenden gliedert sich nach den vom Akkreditierungsrat vorgegebenen „Kriterien für die Akkreditierung von Studiengängen“ gemäß den „Regeln für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung“ (Beschluss des Akkreditierungsrates vom 08.12.2009 i. d. F. vom 20.02.2013; Drs. AR 20/2013) und wird nach der Beschlussfassung durch die Akkreditierungskommission als Teil des Bewertungsberichts veröffentlicht.

### **3.2 Eckdaten zum Studiengang**

Der von der Business School Berlin - Hochschule für Management (BSP), Fakultät Business and Management, angebotene Studiengang „Kommunikationsmanagement“ ist ein Bachelor-Studiengang, in dem insgesamt 180 Credit Points (CP) nach dem European Credit Transfer System (ECTS) vergeben werden. Ein CP entspricht einem Workload von 30 Stunden. Das Studium ist als ein sechs Semester Regelstudienzeit umfassendes Vollzeitstudium sowie als neun Semester Regelstudienzeit umfassendes Teilzeitstudium konzipiert. Der gesamte Workload beträgt 5.400 Stunden. Er gliedert sich in der Vollzeit-Variante in 1.952 Stunden Präsenzstudium, 900 Stunden Praktikum und 2.548 Stunden Selbststudium. In der Teilzeit-Variante untergliedert sich der Studiengang in 1.410 Stunden Präsenzstudium, 900 Stunden Praktikum und 3.090 Stunden Selbststudium. Der Studiengang ist in 24 Module gegliedert, die alle erfolgreich absolviert werden müssen. Das Studium wird mit dem Hochschulgrad „Bachelor of Arts“ (B.A.) abgeschlossen. Zulassungsvoraussetzung für den Studiengang ist in der Regel die allgemeine Hochschulreife, die fachgebundene Hochschulreife oder die Fachhochschulreife oder eine berufliche Qualifikation nach Maßgabe von § 11 BerlHG. Dem Studiengang stehen in beiden Varianten jeweils 30 Studienplätze pro Jahr zur Verfügung. Die Zulassung erfolgt jeweils zum Winter- und zum Sommersemester. Die erstmalige Immatrikulation von Studierenden erfolgte zum Wintersemester 2010/2011. Bislang haben 173 Studierende den Studiengang erfolgreich absolviert. Es werden Studiengebühren erhoben.

### 3.3 Vor-Ort-Bericht der Gruppe der Gutachtenden

Die Gruppe der Gutachtenden traf sich am 29.06.2016 zu einer Vorbesprechung. Dabei wurden die zuvor versandten Unterlagen und die sich daraus ergebenden Fragen und Probleme diskutiert. Des Weiteren wurde die am folgenden Tag stattfindende Vor-Ort-Begutachtung an der Hochschule strukturiert.

Die Vor-Ort-Begutachtung am 30.06.2016 wurde nach dem vorgegebenen Zeitplan durchgeführt. Die Gruppe der Gutachtenden wurde von Mitarbeitenden der AHPGS begleitet.

Die Gutachtenden führten Gespräche mit der Hochschulleitung, mit Vertreterinnen und Vertretern der Fakultät, den Programmverantwortlichen und Lehrenden sowie mit einer Gruppe von Studierenden der Studiengänge „Kommunikationsmanagement“ sowie „Wirtschaftspsychologie“. Auf eine Führung durch die Institution hat die Gruppe der Gutachtenden verzichtet, da aus den vorgelegten Unterlagen hervorging, dass hinreichend gute Bedingungen für die Realisierung des Studienangebotes vorhanden sind.

Im Rahmen der Vor-Ort-Begutachtung wurden den Gutachtenden folgende weitere Unterlagen zur Einsichtnahme zur Verfügung gestellt:

- Exemplarische Bachelor-Thesen aus den Studiengängen „Kommunikationsmanagement“ sowie „Wirtschaftspsychologie“,
- Praxisberichte aus den Studiengängen „Kommunikationsmanagement“ sowie „Wirtschaftspsychologie“,
- Daten der Absolvierendenstudie der Studiengänge „Kommunikationsmanagement“ sowie „Wirtschaftspsychologie“.

#### 3.3.1 Qualifikationsziele

Der von der Business School Berlin - Hochschule für Management (BSP), Fakultät Business and Management angebotene Bachelor-Studiengang „Kommunikationsmanagement“ fokussiert auf die Ausbildung von Kommunikationsmanagern, die gleichermaßen über Kompetenzen in den Bereichen Kommunikation und Management verfügen. Dadurch soll ein integriertes Kommunikationsmanagement als Management von und durch Kommunikation in und von Organisationen professionalisiert werden. Der Studiengang integriert dazu Erkenntnisse einerseits der betriebswirtschaftlichen Management-

und Marketingforschung und andererseits der Kommunikations- und Medienwissenschaften. Aus Sicht der Gutachtenden ist das angestrebte Ziel mit dem Studiengang und den im Studiengang vermittelten Inhalten und Kompetenzen nachvollziehbar und auch bezogen auf das Bachelor-Niveau angemessen. Die Gutachtenden halten fest, dass sich das Studiengangskonzept an Qualifikationszielen orientiert.

Die Module des Studiengangs untergliedern sich in die vier Kompetenzfelder „Allgemeine Fachkompetenz im Management“, „Spezielle Fachkompetenz“, „Berufsfeldbezogene Handlungskompetenz“ sowie „Methoden- und Sozialkompetenz“, anhand derer sich die Qualifikationsziele des Studiengangs nachzeichnen lassen. Aus Sicht der Gutachtenden umfassen die Qualifikationsziele fachliche und überfachliche Aspekte und beziehen sich insbesondere auf die Bereiche der wissenschaftlichen Befähigung, der Befähigung, eine qualifizierte Erwerbstätigkeit aufzunehmen, der Befähigung zum gesellschaftlichen Engagement sowie der Persönlichkeitsentwicklung.

Hinsichtlich der wissenschaftlichen Befähigung erläutert die Hochschule für die Gutachtenden nachvollziehbar, dass das übergeordnete Lernziel darin besteht, den Studierenden die komplexen Phänomene Management und Kommunikation sowie deren Verknüpfungen zu verdeutlichen und ein grundlegendes konzeptionelles Verständnis für ein integriertes Kommunikationsmanagement zu vermitteln, um so Zusammenhänge erkennen und bewerten sowie ganzheitlich denken und disziplinübergreifend handeln zu können. Die Studierenden eignen sich durch aktives Studieverhalten eine wissenschaftliche Methodenkompetenz an. Ebenso wird die Kreativität der Studierenden gefördert und entwickelt, was sich im Ergebnis besonders in denjenigen Modulen zeigt, in denen Problemstellungen anhand von Rollenspielen oder Simulationen innovativ gelöst werden. Modular eingebunden ist die wissenschaftliche Befähigung insbesondere im Kompetenzbereich „Methoden- und Sozialkompetenz“. Hervorzuheben sind hier die Module „Wissenschaftliches Arbeiten“ und die Bachelor-Thesis.

Die Befähigung, eine qualifizierte Erwerbstätigkeit aufzunehmen, ist aus Sicht der Gutachtenden ebenfalls sichergestellt. So legt die Hochschule eine Absolvierendenstudie vor, die verdeutlicht, dass die Absolventen und Absolventinnen des Studiengangs bspw. in interne bzw. externe Kommunikationsabteilungen von Unternehmen (Marketing, PR, Personalmarketing) einsteigen oder in

verschiedenen Einsatzfeldern als Kommunikationsdienstleister in Agenturen (Werbung, PR, Beratung) eine berufliche Anstellung aufnehmen konnten. Die vorgelegten Daten bzgl. der Berufseinmündung zeigen die Stimmigkeit des Studiengangskonzeptes mit den angestrebten Qualifikationszielen des Studiengangs. Die Gutachtenden würdigen den innovativen Ansatz der Hochschule, die Absolvierendenstudie auf Basis der Präsenz der Absolvierenden in sozialen Netzwerken durchzuführen. Damit sind zwar methodische Herausforderungen verbunden (so haben nicht alle Absolvierenden ein Profil auf entsprechenden Netzwerken), die pragmatische Umsetzung der Studie, aber auch die Nachzeichnung längerfristiger beruflicher Entwicklungen der Absolvierenden kann über diesen Weg möglich sein.

Bezogen auf die Befähigung zum gesellschaftlichen Engagement sind entsprechende Themen grundlegend an der Hochschule im Rahmen der betriebswirtschaftlichen Managementmodule konzeptionell verankert. Entwicklungsmöglichkeiten sehen die Gutachtenden dahingehend, dass der Umfang wertorientierter Fragestellungen in den Modulbeschreibungen des Studiengangs deutlicher betont werden kann, um die Studierenden so auch für ethische Herausforderungen bezogen auf Unternehmenskommunikation zu sensibilisieren und gesamtgesellschaftliche Fragestellungen verstärkt zu thematisieren. Gleichzeitig legt die Hochschule großen Wert auf Aspekte der Persönlichkeitsentwicklung, die mit Modulen wie dem „Training personeller und sozialer Kompetenzen“ oder auch „Business English“ unterstützt wird.

Inhaltlich sehen die Gutachtenden die Anforderungen an einen Bachelor-Studiengang „Kommunikationsmanagement“ erfüllt.

Nach Auffassung der Gutachtenden sind die Anforderungen des Kriteriums erfüllt.

### **3.3.2 Konzeptionelle Einordnung des Studiengangs in das Studiensystem**

Der in Vollzeit angebotene Bachelor-Studiengang „Kommunikationsmanagement“ umfasst 24 Module, die alle zu absolvieren sind. Ein Modul ist als Wahlpflichtmodul ausgestaltet, in dem die Studierenden eigenverantwortlich gewählte Schwerpunkte und Interessengebiete vertiefen können (bspw. Schwerpunkt Business Trainings, Schwerpunkt Sprachvertiefung). Die Bachelorthesis umfasst 10 CP. Die Module haben einen Umfang von mindestens 5 CP. Das Modul „Projektstudium“ im fünften Semester umfasst 30 CP. Dieses

Modul wird in der Teilzeit-Variante des Studiengangs getrennt im sechsten und achten Semester angeboten.

Pro Semester sind in der Vollzeit-Variante 30 CP vorgesehen, in der Teilzeit-Variante 20 CP. Alle Module werden innerhalb von ein bis zwei Semestern abgeschlossen. Mobilitätsfenster sind in jedem Semester gegeben. Auch werden Aufenthalte im Ausland während des Projektstudiums gefördert (fünftes Semester in Vollzeit bzw. sechstes und achttes Semester in Teilzeit). Die Studierenden werden durch die Hochschule in ihrem Bestreben, ein Auslandsstudium durchzuführen, unterstützt.

Diesbezüglich erachten es die Gutachtenden als sinnvoll, die vor Ort beschriebene Internationalisierungsstrategie der Hochschule insgesamt stärker zu fassen und nach außen, auch für die Studierenden, dazustellen. Insbesondere sollte überlegt werden, Kooperationen mit anderen Hochschulen so auszugestalten, dass wirklicher Studierendenaustausch erleichtert wird. So wurde deutlich, dass die Kooperationen eher einseitig (Studierende gehen an eine ausländische Hochschule) anzusehen sind. Die Anzahl der Kooperationen könnte ggf. reduziert und dafür der Ausbau tragfähiger und beidseitiger Beziehungen für den Studierenden- und Lehrendenaustausch gefördert werden.

Für den Bachelor-Studiengang „Kommunikationsmanagement“ werden fünf der 24 Pflichtmodule studiengangsübergreifend angeboten. Das betrifft die Module des Kompetenzfeldes „Allgemeine Fachkompetenz im Management“, M1 bis M5, zur Vermittlung grundlegender volks- und betriebswirtschaftlicher Inhalte sowie grundlegender Managementinhalte.

Aus Sicht der Gutachtenden entspricht der Studiengang den Anforderungen des Qualifikationsrahmens für Deutsche Hochschulabschlüsse vom 21.04.2005 in der jeweils gültigen Fassung, den Anforderungen der Ländergemeinsamen Strukturvorgaben für die Akkreditierung von Bachelor- und Masterstudiengängen vom 10.10.2003 in der jeweils gültigen Fassung, den landesspezifischen Strukturvorgaben für die Akkreditierung von Bachelor- und Masterstudiengängen und damit insgesamt der verbindlichen Auslegung und Zusammenfassung der vorgenannten Dokumente durch den Akkreditierungsrat.

Nach Auffassung der Gutachtenden sind die Anforderungen des Kriteriums erfüllt.

### 3.3.3 Studiengangskonzept

Das Studiengangskonzept des Bachelor-Studiengangs „Kommunikationsmanagement“ umfasst nach Ansicht der Gutachtenden die Vermittlung von Fachwissen und fachübergreifendem Wissen sowie von fachlichen, methodischen und generischen Kompetenzen. Wie beschrieben untergliedert sich der Studiengang in die vier Kompetenzfelder „Allgemeine Fachkompetenz im Management“ (30 CP), „Spezifische Fachkompetenz“ (35 CP), „Berufsfeldbezogene Handlungskompetenz“ (75 CP) sowie „Methoden- und Sozialkompetenz“ (40 CP).

Das Kompetenzfeld „Allgemeine Fachkompetenz im Management“ fokussiert auf grundlegende wirtschaftswissenschaftliche Inhalte (M1 und M2) und Grundlagen zum Managementprozess (M3, M4, M5). Diese Module sind für alle Studiengänge der Business School unabhängig von der inhaltlichen Spezialisierung relevant. Ein Modul ist als Wahlpflichtmodul konzipiert, in dem die Studierenden verschiedene Schwerpunkte wählen können. Der Kompetenzbereich der spezifischen Fachkompetenzen dient dazu, Inhalte der Themenbereiche Kommunikation und Management sowohl aus einer kommunikationswissenschaftlichen (M7, M8) als auch betriebswirtschaftlichen (M9, M10, M11) Perspektive zu vermitteln. Im Kompetenzfeld „Berufsfeldbezogene Handlungskompetenz“ werden die in den Grundlagenmodulen vermittelten kommunikationswissenschaftlichen und betriebswirtschaftlichen Konzepte auf verschiedene Berufsfelder bezogen und auf praxisrelevante Fragestellungen des Kommunikationsmanagements angewendet. Hervorzuheben ist das Projektstudium (M17), in dem die Studierenden während einer mehrwöchigen Tätigkeit in einem Unternehmen oder einer Organisation praxisrelevante Erfahrungen und reflektieren Fragestellungen aus der Lehre sammeln. Das Kompetenzfeld „Methoden- und Sozialkompetenz“ fokussiert neben dem wissenschaftlichen Arbeiten (M18) auf wissenschaftstheoretische sowie methodische Grundlagen der empirischen Sozialforschung (M19, M20, M21, M22, M23). Das Kompetenzfeld fungiert als Querschnittsbereich zu den Grundlagen- und Vertiefungsmodulen und ist insbesondere für die Erstellung der Bachelor-Thesis (M24) von Relevanz. Außerdem werden verschiedene Schlüsselqualifikationen konzeptionell vermittelt und trainiert, womit die Basis für ein reflektierendes, persönlich und sozial produktives Studieren und Arbeiten bereitet wird. Für die Gutachtenden sind die Kompetenzfelder und der jeweils enthaltene Kompetenzaufbau nachvollziehbar und schlüssig.

Praxisorientierte Fachkenntnisse werden durch das integrierte berufspraktische Studiensemester – Projektstudium – im Modul M17 (im Umfang von 30 CP) vermittelt. Es wird von Seiten der Hochschule vorbereitet, begleitet und ausgewertet. Die Hochschule hat eine Projektstudienordnung vorgelegt, die die Durchführung des Projektstudiums regelt. Das Projektstudium kann im In- oder Ausland absolviert werden. Die Ableistung der Praktika erfolgt in von der Hochschule anerkannten Projektstudienstellen. Die vorgesehenen Praxisanteile werden so ausgestaltet, dass Leistungspunkte (ECTS) erworben werden können. Mobilitätsfenster sind gegeben (*siehe Kriterium 2*).

Die Gutachtenden regen hinsichtlich der Praxisphase an, dass diese enger von Seiten der Hochschule begleitet werden sollte. So berichten die befragten Studierenden, dass die Hochschule zwar bei der Suche der Praktika unterstützt und den Praxisbericht entgegennimmt und bewertet. Eine von Seiten der Hochschule strukturierte Form des Austauschs während der Praktika zur Sicherstellung des Theorie-Praxis-Transfers ist bislang jedoch nicht vorgesehen. Denkbar wäre hier auch die Nutzung elektronischer Kommunikationsmöglichkeiten wie bspw. der Lernplattform der Hochschule. Bezogen auf die Entwicklungsmöglichkeiten hinsichtlich des Praxisberichts finden sich Erläuterungen unter Kriterium 5.

Die Hochschule versteht sich eindeutig als Präsenz-Hochschule. Gleichwohl hat sie hinsichtlich der Nutzung von Blended-Learning ein ausgereiftes Konzept veröffentlicht. Allerdings berichten die Studierenden im Gespräch, dass die vorhandenen Möglichkeiten (bspw. Lernplattform) zu großen Teilen als Dokumentenablage verwendet werden. Die Nutzung neuer technischer Möglichkeiten zur Zusammenarbeit der Studierenden kann aus Sicht der Gutachtenden entsprechend weiter gefördert werden, nicht zuletzt, da sie in ihrem späteren beruflichen Umfeld entsprechende Techniken und Lernmöglichkeiten nutzen müssen.

Aus Sicht der Gutachtenden sind die Kombination der einzelnen Module und damit der Aufbau des Studiengangs insgesamt stimmig im Hinblick auf die formulierten Qualifikationsziele. Die Studienorganisation gewährleistet nach Einschätzung der Gutachtenden die Umsetzung des Studiengangskonzeptes. Das Studiengangskonzept legt nach Ansicht der Gutachtenden einem Bachelor-Studiengang angemessene formale Zugangsvoraussetzungen fest. Die Gutachtenden heben diesbezüglich auch die Auswahlgespräche hervor. So betreibt

die Hochschule einen hohen Aufwand, die Studieninteressierten über das Anforderungsprofil der jeweiligen Studiengänge sowie die zukünftigen Perspektiven nach Absolvierung der Studiengänge schon vor Studienbeginn aufzuklären, um die möglichst optimale Passung von Erwartungen und Realität zu gewährleisten.

Die Anrechnung von in anderen Studiengängen erbrachten Leistungen ist in der Rahmenstudien- und -prüfungsordnung, § 14 gemäß den Vorgaben der Lissabon-Konvention geregelt. Die Regelungen zur Anrechnung von außerhochschulisch erworbenen Leistungen sind ebenda beschlusskonform verankert.

Regelungen zum Nachteilsausgleich von Studierenden mit Behinderung und chronischer Krankheit hinsichtlich zeitlicher und formaler Vorgaben im Studium finden sich in § 6 der Rahmenstudien- und -prüfungsordnung.

Nach Auffassung der Gutachtenden sind die Anforderungen des Kriteriums erfüllt.

#### **3.3.4 Studierbarkeit**

Der Bachelor-Studiengang „Kommunikationsmanagement“ wird in Vollzeit sowie in Teilzeit an der Business School Berlin - Hochschule für Management (BSP), Fakultät Business and Management angeboten.

Die Hochschule stellt nach Einschätzung der Gutachtenden ausreichend Angebote für die fachliche und überfachliche Studienberatung zur Verfügung. Die Studierenden unterstreichen diesen Eindruck nachdrücklich. Ebenfalls positiv hervorgehoben wird die Möglichkeit, sich vor Studienbeginn umfassend über die Studienangebote der Hochschule im Rahmen von Einführungsveranstaltungen und Informationstagen sowie des Auswahlgesprächs zu informieren.

Die Studierbarkeit des Studiengangs wird nach Ansicht der Gutachtenden auch durch für einen Bachelor-Studiengang angemessene Zulassungsvoraussetzungen gewährleistet. Wiederum sind die Auswahlgespräche hervorzuheben, die zur Studierbarkeit beitragen, da – wie unter Kriterium 3 bereits angeführt – die Erwartungen der Studieninteressierten schon vor Studienbeginn mit den Anforderungen der jeweiligen Studiengänge abgeglichen werden.

Die Gutachtenden erachten die Prüfungsdichte und -organisation als adäquat (*vgl. näher dazu Kriterium 5*).

Die Belange von Studierenden mit Behinderung werden berücksichtigt (§ 6 der Rahmenstudien- und -prüfungsordnung). In diesem Zusammenhang ist das Stipendienprogramm der Hochschule hervorzuheben. Für Studierende mit Behinderung aber auch für andere Studierende, die einen besonderen Bedarf anmelden, können sogenannte kurzfristige Stipendien (Reisekostenzuschüsse, Büchergeld u.ä.) zur Verfügung gestellt werden, etwa wenn eine Abschlussarbeit den Aufenthalt in einem Forschungszentrum oder die Datensammlung an einem weiter entfernten Ort notwendig macht und die hohen Reisekosten aufgrund einer körperlichen Einschränkung vom Studierenden allein nicht zu tragen wären.

Die Gutachtenden nehmen die Möglichkeiten zur studentischen Selbstverwaltung zur Kenntnis. Studierendenvertreter bzw. -vertreterinnen sind in die Weiterentwicklung der Hochschule ebenso wie in die studiengangsinterne Qualitätssicherung mit einbezogen. Die Studierenden bestätigen zudem vor Ort, dass ihre Wünsche, beispielsweise in Bezug auf das Angebot neuer Lehrveranstaltungen, berücksichtigt werden.

Im Rahmen der Evaluation des Studiengangs wird auch der studentische Workload evaluiert. Neben den vorgelegten Auswertungen der Evaluationen bestätigen auch die Studierenden, dass der Workload angemessen ist.

Nach Auffassung der Gutachtenden sind die Anforderungen des Kriteriums erfüllt.

### **3.3.5 Prüfungssystem**

Im Bachelor-Studiengang „Kommunikationsmanagement“ schließt jedes Modul mit einer das gesamte Modul umfassenden Prüfung ab. Insgesamt sind 24 Modulprüfungen abzuleisten. Diese werden neben Bachelorarbeit und Kolloquium durch zehn Klausuren, drei Hausarbeiten, je nach Wahlpflichtmodul zwei bis drei mündliche Prüfungsleistungen, drei bis vier Präsentationen, drei Projektberichte und einen Bericht abgedeckt. Pro Semester sind vier bis sechs Prüfungen abzuleisten, nur das praktische Semester schließt mit einer Prüfung, dem Bericht, ab.

Hinsichtlich der Praxisberichte diskutieren die Gutachtenden den von den Studierenden zu erbringenden Umfang der zur Einsichtnahme vorliegenden Berichte vor dem Hintergrund des Workloads (30 CP) des Moduls. Die ausgelegten Praxisberichte ließen die Gutachtenden zweifeln, ob der für das Modul ange-

setzte Workload in einem angemessenen Verhältnis steht zum Niveau und Umfang der Praxisberichte. Die Gutachtenden erachten es diesbezüglich als notwendig, die Qualitäts- und Bewertungsstandards, die an die Erstellung des Praxisberichtes angelegt werden, darzulegen. Dabei ist der Workload des Moduls zu berücksichtigen. Die Gutachtenden regen in dem Zusammenhang an, den Praxisbericht stärker als wissenschaftliche Arbeit auszugestalten, um damit einerseits Lernmöglichkeiten in Bezug auf wissenschaftliches Arbeiten für die Studierenden zu schaffen und andererseits dem Umfang des Moduls angemessen Rechnung zu tragen. Ferner sollte eine systematische wissenschaftliche Reflexion und Einordnung des in der Praxis erworbenen Wissens und der daraus entstehenden Konsequenzen Grundlage für den erfolgreichen Abschluss des Moduls sein. Die Gutachtenden empfehlen darüber hinaus, die Praxisberichte, sofern diese keine sensiblen Daten enthalten, für die anderen Studierenden bspw. auf der Online-Plattform der Hochschule zugänglich zu machen, um so die Studierenden an den Erfahrungen der anderen Studierenden partizipieren zu lassen.

Eine Wiederholung der Prüfungen ist gemäß § 13 der Rahmenstudien- und -prüfungsordnung zweimal möglich, die Bachelor-Thesis kann einmal wiederholt werden.

Die Prüfungen dienen nach Einschätzung der Gutachtenden der Feststellung, ob die formulierten Qualifikationsziele erreicht wurden. Sie sind modulbezogen sowie wissens- und kompetenzorientiert.

Der Nachteilsausgleich für behinderte Studierende hinsichtlich zeitlicher und formaler Vorgaben im Studium sowie bei allen abschließenden oder studienbegleitenden Leistungsnachweisen ist sichergestellt (§ 6 der Rahmenstudien- und -prüfungsordnung).

Die studiengangspezifische Prüfungsordnung liegt genehmigt vor. Sie wurde einer Rechtsprüfung unterzogen.

Nach Auffassung der Gutachtenden sind die Anforderungen des Kriteriums teilweise erfüllt. Die Qualitäts- und Bewertungsstandards, die an die Erstellung des Praxisberichtes angelegt werden, sind darzulegen.

### **3.3.6 Studiengangsbezogene Kooperationen**

Der Bachelor-Studiengang „Kommunikationsmanagement“ wird in alleiniger Verantwortung der Business School Berlin - Hochschule für Management (BSP) angeboten.

Das Kriterium hat daher keine Relevanz.

### **3.3.7 Ausstattung**

Die Hochschule hat eine förmliche Erklärung zur Sicherung der räumlichen, sächlichen und apparativen Ausstattung für den Bachelor-Studiengang eingereicht.

Gemäß den Vorgaben der Senatsverwaltung für Bildung, Jugend und Wissenschaft Berlin kann der prozentuale Anteil der Lehre, der von Lehrbeauftragten/Wissenschaftlichen Mitarbeitern und Honorardozenten erbracht wird, maximal 50 % betragen. Die Hochschule gibt an, dass im Studiengang etwa 75 % der gesamten Lehre von hauptamtlich Lehrenden und etwa 25 % von Lehrbeauftragten erbracht wird. Der Anteil professoraler Lehre im Studiengang beträgt 72 %.

Es bestehen Möglichkeiten zur wissenschaftlichen Weiterbildung durch regelmäßige Klausurtagungen an der Hochschule. Darüber hinaus können die Mitarbeitenden der Hochschule ein Programm zur Mitarbeiterweiterbildung an der Medical School Hamburg absolvieren.

Hinsichtlich der sächlichen und räumlichen Ausstattung ist hervorzuhaben, dass die Hochschule neben dem Standort in Berlin auch einen Standort der Hochschule in Hamburg betreibt. Der vorliegende Studiengang wird jedoch ausschließlich in Berlin angeboten. Am Standort Berlin hat die Hochschule ihren Sitz in der Villa Siemens. Darüber hinaus hat die Hochschule einen weiteren Campus bezogen, der auch barrierefrei zugänglich ist. Hier finden sich zahlreiche weitere Unterrichtsräume und Büros. Aus Sicht der Gutachtenden ist die sächliche und räumliche Ausstattung angemessen.

Aus Sicht der Gutachtenden ist die adäquate Durchführung des Studiengangs hinsichtlich der qualitativen und quantitativen sächlichen, räumlichen und personellen Ausstattung gesichert.

Nach Auffassung der Gutachtenden sind die Anforderungen des Kriteriums erfüllt.

### 3.3.8 Transparenz und Dokumentation

Alle relevanten Unterlagen für den Bachelor-Studiengang „Kommunikationsmanagement“ (Allgemeine Informationen, Modulhandbuch, Studienverlaufsplan, Prüfungsordnung) sind über die Internetseite der Hochschule zugänglich.

Nach Auffassung der Gutachtenden sind die Anforderungen des Kriteriums erfüllt.

### 3.3.9 Qualitätssicherung und Weiterentwicklung

Die Hochschule hat ein Konzept zur Qualitätssicherung entwickelt, das sich am EFQM-Modell orientiert und als strategisches Instrument der Hochschulleitung verstanden wird. So werden bspw. jährliche Erfolgsplanungen, Quartalsberichte zum Controlling und regelmäßige Zielvereinbarungsgespräche mit den Professorinnen und Professoren durchgeführt.

Evaluationen werden in den Bereichen Erstsemester, Lehre, Serviceeinrichtungen, Absolvierende und Alumni vorgenommen. Nach Abschluss eines jeden Semesters findet eine Einzelevaluation der Lehrveranstaltungen jedes Lehrenden durch die Studierenden mit Hilfe des elektronischen Campus-Verwaltungssystems TraiNex statt. Die Lehrenden sind gehalten, die Evaluationsergebnisse kritisch zu reflektieren und gegebenenfalls Änderungen und Verbesserungen einzuleiten. Im Rahmen von regelmäßigen Personalgesprächen und Zielvereinbarungsgesprächen werden die Ergebnisse thematisiert.

Das Qualitätssicherungskonzept der Hochschule bindet Evaluationsergebnisse, Untersuchungen der studentischen Arbeitsbelastung, des Studienerfolgs und des Absolvierendenverbleibs ein. Es werden sowohl die praktischen als auch die theoretischen Anteile des Studiums evaluiert.

Zur Reakkreditierung hat die Hochschule einen Evaluierungsbericht vorgelegt, der die Ergebnisse der Modulevaluationen zusammenfassend darlegt. Ebenfalls im Evaluierungsbericht dargelegt wird die Workload-Evaluation bezogen auf die Module des Studiengangs. Deutlich wurde, dass die Ergebnisse des hochschul-internen Qualitätsmanagements bei der Weiterentwicklung der Studiengänge der Business School Berlin - Hochschule für Management (BSP) berücksichtigt werden. Hinsichtlich der Evaluation des Absolvierendenverbleibs begrüßen die Gutachtenden, dass die Hochschule hier innovative Wege geht. So wurde eine Auswertung der Profile der Absolvierenden in verschiedenen sozialen Netz-

werken vorgelegt. Zwar gehen mit der Vorgehensweise verschiedene methodische Schwierigkeiten einher, gleichzeitig sehen die Gutachtenden jedoch das Potential, den Verbleib der Studierenden auf diese Weise über einen längeren Zeitraum verfolgen zu können.

Die befragten Studierenden bestätigen, dass sie in die Entwicklungen der Hochschule eingebunden sind. Darüber hinaus heben die Studierenden die enge Betreuung durch die Hochschule positiv hervor. Sie bestätigten, dass die Lehrenden und Hochschulverantwortlichen stets ansprechbar sind und sowohl über individuelle als auch über institutionalisierte Kanäle Verbesserungsvorschläge konstruktiv aufnehmen.

Die Prozessevaluation läuft informell innerhalb des Semesters. Die Studierenden sind hierzu bei Bedarf im direkten Kontakt zu Studiengangs- und Hochschulleitung. Die formale Evaluation der Lehre ist am Ende des Semesters angesiedelt.

Nach Auffassung der Gutachtenden sind die Anforderungen des Kriteriums erfüllt.

### **3.3.10 Studiengänge mit besonderem Profilanspruch**

Der Bachelor-Studiengang „Kommunikationsmanagement“ wird als ein sechs Semester Regelstudienzeit umfassendes Vollzeitstudium in Präsenz sowie als neun Semester Regelstudienzeit umfassendes Teilzeit-Studium angeboten. Pro Semester ist in der Teilzeit-Variante ein Workload von 20 CP vorgesehen. Insgesamt sind 180 CP zu erwerben. Bezogen auf die im Gegensatz zur Vollzeit-Variante höhere Selbstlernzeit ist zu beachten, dass die in Teilzeit Studierenden in einer getrennten Kohorte studieren und damit auch die von der Hochschule strukturierte Selbstlernzeit spezifisch bezogen auf die in Teilzeit Studierenden ausgestaltet ist.

Bislang wurde die Teilzeit-Variante des Studiengangs nicht angeboten.

Aus Sicht der Gutachtenden sind die konsequente, kontinuierliche Teilnahme an betreuter Lehre und Selbststudium sowie der Nachweis erbrachter Leistungen durch die Hochschule auch in der Teilzeit-Variante sichergestellt.

Nach Auffassung der Gutachtenden sind die Anforderungen des Kriteriums erfüllt.

### **3.3.11 Geschlechtergerechtigkeit und Chancengleichheit**

Die Hochschule hat ein Gleichstellungskonzept zur Sicherstellung und Förderung der Chancengleichheit in Forschung, Lehre und Studium sowie auf allen Entscheidungsebenen der Hochschule verabschiedet. Darin wird auf Gender Mainstreaming als Querschnittsaufgabe der Hochschule verwiesen. Die Leitung des Gesamtprozesses obliegt der Geschäftsführung der Hochschule. Als Vertretung für Chancengleichheit ist sie verantwortlich für die Initiierung nachhaltiger Maßnahmen in allen Gremien der Hochschule. Als wichtige Instrumente zur Vermittlung und Steuerung des Prozesses werden dabei regelmäßige Teambesprechungen und Klausurtagungen aller Mitarbeitenden genannt, in denen Gender Mainstreaming thematisiert wird.

Aus Sicht der Gutachtenden werden die Konzepte der Hochschule zur Geschlechtergerechtigkeit und zur Förderung der Chancengleichheit von Studierenden in besonderen Lebenslagen auch auf Ebene des Studiengangs umgesetzt.

Nach Auffassung der Gutachtenden sind die Anforderungen des Kriteriums erfüllt.

## **3.4 Zusammenfassende Bewertung**

Der Bachelor-Studiengang „Kommunikationsmanagement“ ordnet sich aus Sicht der Gutachtenden passend in das Portfolio der Hochschule ein. So zeigt sich insgesamt, dass die Hochschule im Bereich der Studiengänge, die das Themenfeld „Business und Management“ umfassen, konzeptionell sehr gut aufgestellt ist. Dazu trägt auch der enge Praxisbezug der Studiengänge bei, wodurch den Studierenden der Transfer zwischen Theorie und Praxis eindeutig erleichtert wird und interessante berufliche Kontakte geknüpft werden können. In dieser Verknüpfung von Theorie und Praxis bezogen auf den Bereich „Business und Management“ sehen die Gutachtenden auch das Alleinstellungsmerkmal der Hochschule im Feld der Business Schools verankert.

Die Studierenden heben im Gespräch die sehr guten Betreuungsmöglichkeiten der Hochschule hervor. Auch werden das hohe Engagement der Lehrenden sowie die räumlichen Bedingungen der Hochschule von den Studierenden gewürdigt.

Zusammenfassend kommen die Gutachtenden zu dem Ergebnis, der Akkreditierungskommission der AHPGS die Akkreditierung des Bachelor-Studiengangs „Kommunikationsmanagement“ zu empfehlen.

Zur Erfüllung der „Kriterien für die Akkreditierung von Studiengängen“ gemäß den „Regeln für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung“ (Beschluss des Akkreditierungsrates vom 08.12.2009 i.d.F. vom 20.02.2013; Drs. AR 20/2013) empfehlen die Gutachtenden der Akkreditierungskommission der AHPGS, folgende Auflage auszusprechen:

- Die Qualitäts- und Bewertungsstandards, die an die Erstellung des Praxisberichtes angelegt werden, sind darzulegen.

Nach Ansicht der Gutachtenden ist die aufgezeigte Auflage voraussichtlich innerhalb von neun Monaten behebbar.

Zur weiteren Entwicklung und Verbesserung des Studiengangskonzepts sowie der Studienbedingungen empfehlen die Gutachtenden Folgendes:

- Studiengangsübergreifend sollte die Vision der Hochschule insgesamt fokussiert und das Alleinstellungsmerkmal der Hochschule im Feld der Business Schools definiert werden.
- Studiengangsübergreifend sollte überdacht werden, inwieweit die Organisationsstruktur der Hochschule mit ausschließlich einer Fakultät sinnvoll ist.
- Die Internationalisierungsstrategie der Hochschule sollte insgesamt definiert und nach außen, auch für die Studierenden, dargestellt werden. Insbesondere sollte daran überlegt werden, Kooperationen mit anderen Hochschulen so auszugestalten, dass wirklicher Studierendenaustausch ermöglicht wird.
- Die Anforderungen an den Praxisbericht sollten dahingehend standardisiert werden, dass er als wissenschaftliche Hausarbeit ausgestaltet ist.
- Die Praxisberichte sollten im Sinne des gegenseitigen voneinander Lernens bspw. auf der Online-Plattform der Hochschule zugänglich gemacht werden.
- Das Projektstudium sollte von hochschulischer Seite enger begleitet werden, wozu auch elektronische Kommunikationsmöglichkeiten genutzt werden könnten.
- Die Möglichkeiten des Blended Learnings sollten ausgebaut werden.

## **4 Beschluss der Akkreditierungskommission**

### **Beschlussfassung der Akkreditierungskommission vom 22.09.2016**

Beschlussfassung vom 22.09.2016 auf Grundlage der Antragsunterlagen und des Bewertungsberichts, inklusive Gutachten der Vor-Ort-Begutachtung, die am 30.06.2016 stattfand.

Die Akkreditierungskommission der AHPGS diskutiert die Verfahrensunterlagen und das Votum der Gutachtenden.

Die Akkreditierungskommission fasst folgenden Beschluss:

Akkreditiert wird der in Vollzeit und Teilzeit angebotene Bachelor-Studiengang „Kommunikationsmanagement“, der mit dem Hochschulgrad „Bachelor of Arts“ (B.A.) abgeschlossen wird. Der erstmals zum Wintersemester 2010/2011 angebotene Studiengang umfasst 180 Credit Points (CP) nach dem ECTS (European Credit Transfer System) und sieht eine Regelstudienzeit von sechs Semestern in Vollzeit und neun Semestern in Teilzeit vor.

Die Akkreditierung erfolgt für die Dauer von sieben Jahren und endet gemäß Ziff. 3.2.4 und 3.2.5 der „Regeln für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung“ (Drs. AR 20/2013 i. d. F. vom 20.02.2013) am 30.09.2023.

Für den Bachelor-Studiengang wird folgende Auflage ausgesprochen:

1. Die Qualitäts- und Bewertungsstandards, die an die Erstellung des Praxisberichtes angelegt werden, sind darzulegen. (Kriterium 2.5)

Rechtsgrundlage der Auflagenerteilung sind die „Regeln für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung“ (Drs. AR 20/2013 i. d. F. vom 20.02.2013).

Die Umsetzung der Auflage muss gemäß Ziff. 3.1.2 bis zum 22.06.2017 erfolgt und entsprechend nachgewiesen sein.

Gemäß Ziff. 3.5.2 der „Regeln für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung“ (Drs. AR 20/2013 i. d. F. vom 20.02.2013) wird die Hochschule darauf hingewiesen, dass der mangelnde Nachweis der Auflagenbefreiung zum Widerruf der Akkreditierung führen kann.

## **Beschlussfassung der Akkreditierungskommission vom 08.12.2016**

Am 17.11.2016 hat die Business School Berlin - Hochschule für Management (BSP) folgende Unterlagen zur Auflagenerfüllung eingereicht:

- Anschreiben zur Auflagenerfüllung,
- Bewertungsbogen für schriftliche Arbeiten,
- Leitfaden zum Projektstudium.

Im Leitfaden zum Projektstudium, der sich auf die Bachelor-Studiengänge „Business Administration“, „Kommunikationsmanagement“, „Modemarketing“ sowie „Wirtschaftspsychologie“ bezieht, wird das Projektstudium detailliert beschrieben. Insbesondere wird die Nachbereitung des Projektstudiums strukturiert. In den diesbezüglichen Ausführungen sind Vorgaben zum Praxisbericht festgehalten (wie bspw. Umfang, formale Gestaltung, Gliederung). Darüber hinaus gibt die Hochschule an, dass zur Bewertung der Praxisberichte der Bewertungsbogen für schriftliche Arbeiten der Hochschule herangezogen wird. Neben Zielen und Inhalten werden auch das wissenschaftliche Vorgehen sowie formale Aspekte des Praxisberichts bewertet.

Die Akkreditierungskommission fasst folgenden Beschluss:

Bezugnehmend auf die eingereichten Unterlagen der Business School Berlin - Hochschule für Management (BSP) stellt die Akkreditierungskommission fest, dass die im Beschluss vom 22.09.2016 ausgesprochene und nachfolgend genannte Auflage erfüllt ist:

1. Die Qualitäts- und Bewertungsstandards, die an die Erstellung des Praxisberichtes angelegt werden, sind darzulegen.

Die Auflagenerfüllung ist somit abgeschlossen.