

# Beschluss der FIBAA-Akkreditierungskommission für Programme

**95. Sitzung am 19. Juni 2015**

**Projektnummer: 14/106**

**Hochschule: IST-Hochschule für Management**

**Studiengänge: Kommunikation und Eventmanagement (B.A.)**

**Kommunikation und Medienmanagement (B.A.)**

Die FIBAA-Akkreditierungskommission für Programme beschließt im Auftrag der Stiftung zur Akkreditierung von Studiengängen in Deutschland wie folgt:

Die Studiengänge werden gemäß Ziff. 3.1.2 i.V.m. 3.2.4 i.V.m. 3.2.5 der Regeln des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung i.d.F. vom 20. Februar 2013 unter drei Auflagen für fünf Jahre akkreditiert.

Akkreditierungszeitraum: 01. Oktober 2015 bis 30. September 2020

Auflagen:

- **Auflage 1**  
Die Hochschule stellt sicher, dass die Studierenden fremdsprachliche Lehrveranstaltungen absolvieren und die fremdsprachliche Literatur verstehen können (siehe Kapitel 2; Rechtsquelle: Kriterium 2.4 „Studierbarkeit“ der Regeln des Akkreditierungsrates).
- **Auflage 2**  
Die adäquate qualitative und quantitative Durchführung des Studienganges wird hinsichtlich der personellen Ausstattung nachgewiesen (siehe Kapitel 4.1, Rechtsquelle: Kriterium 2.7 „Ausstattung“ der Regeln des Akkreditierungsrates).

**Die Auflagen sind erfüllt.**

**Die FIBAA-Akkreditierungskommission für Programme am 25. November 2016**

- **Auflage 3**  
Die adäquate Durchführung der Studiengänge hinsichtlich der Literaturlausstattung wird durch den Zugang der Studierenden zu der in den Modulbeschreibungen aufgeführten Literatur nachgewiesen (siehe Kapitel 4.3, Rechtsquelle: Kriterium 2.7 „Ausstattung“ der Regeln des Akkreditierungsrates).

**Die Auflage ist erfüllt.**

**Die FIBAA-Akkreditierungskommission für Programme am 15. Juli 2016**

Die Erfüllung der Auflagen ist bis zum 19. März 2016 nachzuweisen.

Das Siegel des Akkreditierungsrates wird vergeben.

## Gutachten

---

---

**Hochschule:**

IST-Hochschule für Management

---

**Bachelor-Fernstudiengänge:**

Kommunikation und Eventmanagement  
Kommunikation und Medienmanagement

---

**Abschlussgrad:**

Bachelor of Arts (B.A.)

# Allgemeine Informationen zu den Fernstudiengängen

---

## **Kurzbeschreibung des Studienganges Kommunikation und Medienmanagement:**

Zielsetzung des Studienganges ist die Qualifikation der Studierenden zu kompetenten Fach- und Führungskräften für die Kommunikations- und Medienbranche auf Basis einer wirtschaftswissenschaftlichen und branchenspezifischen Befähigung und einer darauf basierenden praktischen Ausbildung. Dies beinhaltet die Befähigung zur Anwendung von sowohl praktischem als auch ökonomischem Wissen, aber auch von wissenschaftlichen Methoden auf konkrete Problemstellungen und eine angemessene Ausstattung mit personaler und sozialer Kompetenz.

## **Kurzbeschreibung des Studienganges Kommunikation und Eventmanagement:**

Zielsetzung des Studienganges ist die Qualifikation der Studierenden zu kompetenten Fach- und Führungskräften für die Kommunikations- und Eventbranche auf Basis einer wirtschaftswissenschaftlichen und branchenspezifischen Befähigung und einer darauf basierenden praktischen Ausbildung. Dies beinhaltet die Befähigung zur Anwendung von sowohl praktischem als auch ökonomischem Wissen, aber auch von wissenschaftlichen Methoden auf konkrete Problemstellungen und eine angemessene Ausstattung mit personaler und sozialer Kompetenz.

---

## **Zuordnung der Studiengänge:**

grundständig

---

## **Regelstudienzeit und Umfang der ECTS-Punkte der Studiengänge:**

Vollzeit: 6 Semester/180 CP

Teilzeit: 8 Semester/180 CP

Dual: 7 Semester/180 CP

---

## **Studienform:**

Vollzeit / Teilzeit / dual

---

## **Double/Joint Degree vorgesehen:**

nein

---

## **Aufnahmekapazität und Zügigkeit (geplante Anzahl der parallel laufenden Jahrgänge):**

30/1-zügig

---

## **Start zum:**

sowohl zum Wintersemester als auch zum Sommersemester

---

## **Erstmaliger Start der Studiengänge:**

Wintersemester 2015/16

---

## **Akkreditierungsart:**

Konzeptakkreditierung

# Ablauf des Akkreditierungsverfahrens<sup>1</sup>

Am 29. Oktober 2014 wurde zwischen der FIBAA und der IST-Hochschule für Management ein Vertrag über die Konzeptakkreditierung der Studiengänge Kommunikation und Eventmanagement (B.A.) und Kommunikation und Medienmanagement (B.A.) geschlossen. Maßgeblich für dieses Akkreditierungsverfahren sind somit die Regeln des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung i.d.F. vom 20. Februar 2013 und die Ländergemeinsamen Strukturvorgaben für die Akkreditierung von Bachelor- und Master-Studiengängen i.d.F. vom 4. Februar 2010. Am 03. Februar 2015 übermittelte die Hochschule einen begründeten Antrag, der eine Darstellung der Studiengänge umfasst und das Einhalten der Kriterien für die Akkreditierung von Studiengängen dokumentiert.

Parallel dazu bestellte die FIBAA ein Gutachterteam nach den Vorgaben des Akkreditierungsrates. Sie stellte zur Zusammensetzung des Gutachterteams das Benehmen mit der Hochschule her; Einwände wurden nicht geäußert. Dem Gutachterteam gehörten an:

## **Prof. Dr. Marcel Machill**

Universität Leipzig

Professor für Journalistik und internationale Mediensysteme

(Kommunikationswissenschaft, Medienwissenschaft, Medienpolitik, Medienrecht, Wissenschaftsjournalismus, Fachjournalismus, Medienpädagogik)

## **Prof. Dr. Florian Kainz**

Hochschule für angewandtes Management Erding

Professor für Bildungsmanagement und Wissensmanagement

(Sportmanagement, Fußballmanagement, Eventmanagement)

## **Prof. Dr. Aurelia Kogler**

Hochschule für Technik und Wirtschaft Chur

Professorin für Tourismus und Freizeitwirtschaft

(Hospitality Industry, Destination Management, Wellness Management)

## **Prof. Dr. Horst Kasselmann**

Wirtschaftsakademie Schleswig-Holstein

Professor für Marketing

(operatives Marketing, strategisches Marketing und Relationship Marketing)

## **Wolfgang Pott**

E/D/E GmbH

Leiter Unternehmenskommunikation und Wirtschaftsjournalist

(externe und interne Kommunikation, Unternehmenspublikationen, Öffentlichkeitsarbeit,

Steuerung der Aktivitäten im Bereich gesellschaftlicher Verantwortung)

## **Jenny Stiebitz**

HTW Berlin

Studierende der Wirtschaftskommunikation (M.A.)

(abgeschlossen: BA Wirtschaftskommunikation)

FIBAA-Projektmanager:

Ass. jur. Karin Legerlotz

---

<sup>1</sup> Lediglich zur Vereinfachung der Lesbarkeit des Fragen- und Bewertungskataloges erfolgt im Folgenden keine geschlechtsbezogene Differenzierung.

Die Begutachtung beruht auf der Antragsbegründung, ergänzt um weitere, vom Gutachterteam erbetene Unterlagen, und einer Begutachtung vor Ort. Die Gutachter haben sich übereinstimmend für eine Begutachtung vor Ort ausgesprochen, da sie zu der Konzeption des Studienganges und zahlreichen Detailfragen Erläuterungsbedarf hatten, der besser im Rahmen einer solchen Begutachtung als in einer Telefonkonferenz zu klären war. Die Begutachtung vor Ort wurde am 17. März 2015 in den Räumen der Hochschule in Düsseldorf durchgeführt. Im selben Cluster wurden die Ergänzung der Akkreditierung des Studienganges Sportbusiness Management (B.A.) um die duale Variante und die Ergänzung der Akkreditierung der Studiengänge Sportbusiness Management (B.A.), Fitness & Health Management (B.A.), Hotel Management (B.A.) und Tourismus Management (B.A.) – um den Bereich Wellness und Spamanagement begutachtet. Zum Abschluss des Besuchs gaben die Gutachter gegenüber Vertretern der Hochschule ein kurzes Feedback zu ihren ersten Eindrücken.

Das auf dieser Grundlage erstellte Gutachten wurde der Hochschule am 22. Mai 2015 zur Stellungnahme zugesandt. Die Hochschule übermittelte ihre Stellungnahme zum Gutachten am 29. Mai 2015; die Stellungnahme ist im vorliegenden Gutachten bereits berücksichtigt.

# Zusammenfassung

Generell gilt, dass im Fall einer Konzeptakkreditierung, in der nur das Studiengangskonzept vorgestellt wird, bzw. bei einer erstmaligen Akkreditierung eines Studienganges, der noch keinen vollständigen Durchlauf zu verzeichnen hat, der Studiengang so zu bewerten ist wie ein laufender Studiengang.

Die Bachelor-Studiengänge Kommunikation und Eventmanagement (B.A.) und Kommunikation und Medienmanagement (B.A.) der IST-Hochschule für Management entsprechen mit wenigen Ausnahmen den Strukturvorgaben der Kultusministerkonferenz (KMK), den Anforderungen des Akkreditierungsrates sowie den Anforderungen des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse in der zum Zeitpunkt der Verfahrenseröffnung geltenden Fassung. Sie sind modular gegliedert, mit ECTS-Punkten versehen und schließen mit dem akademischen Grad „Bachelor of Arts“ ab. Der Grad wird von der Hochschule verliehen.

Die Bachelor-Studiengänge erfüllen somit mit wenigen Ausnahmen die Qualitätsanforderungen für Bachelor-Studiengänge und können von der Foundation for International Business Administration Accreditation (FIBAA) im Auftrag der Stiftung zur Akkreditierung von Studiengängen in Deutschland für einen Zeitraum von fünf Jahren vom 01. Oktober 2015 bis 30. September 2020 unter Auflagen akkreditiert werden.

Handlungsbedarf sehen die Gutachter in Bezug auf die Zulassungsbedingungen, Lehrpersonal und Literaturzugang. Die Gutachter sind der Ansicht, dass die aufgezeigten Mängel innerhalb von neun Monaten beherrschbar sind, weshalb sie eine Akkreditierung unter folgenden Auflagen empfehlen (vgl. Ziff. 3.1.2 der Regeln des Akkreditierungsrates):

- Auflage 1  
Die Hochschule stellt sicher, dass die Studierenden fremdsprachliche Lehrveranstaltungen absolvieren und die fremdsprachliche Literatur verstehen können (siehe Kapitel 2; Rechtsquelle: Kriterium 2.4 „Studierbarkeit“ der Regeln des Akkreditierungsrates).
- Auflage 2  
Die adäquate qualitative und quantitative Durchführung des Studienganges wird hinsichtlich der personellen Ausstattung nachgewiesen (siehe Kapitel 4.1, Rechtsquelle: Kriterium 2.7 „Ausstattung“ der Regeln des Akkreditierungsrates).
- Auflage 3  
Die adäquate Durchführung der Studiengänge hinsichtlich der Literaturlausstattung wird durch den Zugang der Studierenden zu der in den Modulbeschreibungen aufgeführten Literatur nachgewiesen (siehe Kapitel 4.3, Rechtsquelle: Kriterium 2.7 „Ausstattung“ der Regeln des Akkreditierungsrates).

Die Erfüllung der Auflagen ist bis zum 19. März 2016 nachzuweisen.

Zur Gesamtbewertung siehe das Qualitätsprofil am Ende des Gutachtens.

# Informationen

## Informationen zur Institution

Die IST-Hochschule für Management ist seit dem 25. Februar 2013 vom Ministerium für Innovation, Wissenschaft und Forschung im Anschluss an eine Konzeptprüfung staatlich anerkannt. Nach erfolgreicher Akkreditierung von insgesamt vier Bachelor-Studiengängen haben ab dem Sommersemester 2013 die ersten Studierenden ihr Studium begonnen. Zum Wintersemester 2014/15 wurden zusätzlich die beiden dualen Studiengänge „Hotel Management“ und „Fitnesswirtschaft und Fitnessökonomie“ aufgenommen. Die Hochschule umfasst die Fachbereiche „Sport & Management“, „Tourismus & Hospitality“, „Fitness & Health“ und „Kommunikation & Management“. Die IST-Hochschule für Management wird von der IST-Hochschul-GmbH getragen, deren alleiniger Zweck der Betrieb der Hochschule ist. Alleiniger Gesellschafter ist die IST-Studieninstitut GmbH.

Unter dem Motto „Bildung, die bewegt“ bietet das IST-Studieninstitut bereits seit 1989 berufs begleitende Weiterbildungen in den oben genannten Fachbereichen an, so die Hochschule weiter. Der Großteil der IST-Weiterbildungen wird dabei in der Form des staatlich zugelassenen Fernunterrichts durchgeführt, also in einer Kombination aus schriftlichem Studienmaterial und praxisorientierten Seminaren. So haben die Studierenden berufsbegleitend die Möglichkeit, sich praxisnahes Fachwissen anzueignen und anerkannte Qualifikationen zu erlangen. Neben dem Erwerb von IST-Diplomabschlüssen und der Vorbereitung auf öffentlich-rechtliche IHK-Fachwirt-Abschlüsse konnten Teilnehmer seit 2006 in Zusammenarbeit mit anderen Hochschulen auch sog. Hochschulzertifikate bzw. ab 2010 auch MBA-Programme belegen. Zusätzlich befinden sich einzelne Zertifikatskurse, Trainingslizenzen und Aufbaumodule im Weiterbildungsprogramm des IST-Studieninstitutes. Die im Fernunterricht durchgeführten Weiterbildungen sind von der Zentralstelle für Fernunterricht staatlich geprüft und zugelassen. Zudem wurde das IST-Studieninstitut nach eigenen Angaben als einer der ersten Bildungsanbieter Deutschlands sowohl nach PAS 1037 als auch nach ISO 9001 zertifiziert.

Seit April 2013 haben insgesamt bereits mehr als 650 Studierende ihre Bachelor-Studiengänge begonnen und erste Modulprüfungen mit Erfolg abgeschlossen.

# Darstellung und Bewertung im Einzelnen

## 1 Zielsetzung

Zielsetzung der beiden Studiengänge ist die Qualifikation der Studierenden zu kompetenten Fach- und Führungskräften für die Kommunikations-, Medien- und Eventbranche auf Basis einer wirtschaftswissenschaftlichen und branchenspezifischen Befähigung und einer darauf basierenden praktischen Ausbildung. Dies beinhaltet die Befähigung zur Anwendung von sowohl praktischem als auch ökonomischem Wissen, aber auch von wissenschaftlichen Methoden auf konkrete Problemstellungen und eine angemessene Ausstattung mit personaler und sozialer Kompetenz. Im Bereich „General Management“ wird fachübergreifend wirtschaftswissenschaftliches, managementbezogenes, wissenschaftsmethodisches und Soft Skills bezogenes Wissen und Können vermittelt. Die Spezialisierungsmodule vermitteln in den Studiengängen Kompetenzen und Fähigkeiten in den Bereichen Kommunikation, Medien- und/bzw. Eventmanagement. In diesen Modulen werden schwerpunktmäßig die kommunikationstheoretischen, medien- und/bzw. eventspezifischen Lerninhalte behandelt. Die Wahlmodule sind vor allem funktions- oder berufsfeldorientiert und ermöglichen eine individuelle Qualifizierung, die dem Studierenden eine Spezialisierung und damit besondere Profilbildung für das Berufsfeld ermöglicht, so die Hochschule.

Die Persönlichkeits- und persönliche Entwicklung steht insbesondere im Soft Skill orientierten Spezialisierungsmodul „Personal Communications“ im Vordergrund. Hier soll die soziale Kompetenz der Studierenden und insbesondere deren Team-, Konflikt- und Reflexionsfähigkeit entwickelt werden. Als besonderen Aspekt der allgemeinen Beschäftigungsfähigkeit vermittelt dieses Modul auch Schlüsselkompetenzen im Bereich der Rhetorik, Präsentation und des Selbstmanagements. Die Vermittlung dieser Kompetenzen bleibt jedoch nicht auf die genannten Module beschränkt, sondern wird insbesondere durch die Seminare, aber auch durch virtuelle Arbeitsgruppen und (onlinegestützte) Vorträge mit Feedbackrunden vertieft. Nicht zuletzt regt auch das Modul Wirtschaftsethik zum Ende des Studiums die Studierenden zur Reflektion und zum gegenseitigen Austausch an.

In dem Modul „Wissenschaftliches Arbeiten und Statistik“ werden die Studierenden neben den grundlegenden Methoden der Statistik auch mit den Methoden der Datengewinnung vertraut gemacht. Den Studierenden wird vermittelt, eine Problemstellung nach wissenschaftlichen Maßstäben in eigenen Marktforschungsprojekten zu bearbeiten und schriftlich entsprechend niederzulegen bzw. zu präsentieren. Gleichzeitig soll sowohl die Befähigung zum analytischen und kritischen Denken als auch zum methodischen Erschließen von Wissen während des gesamten Studiums gefördert werden.

Neben der Partizipation an demokratischen Prozessen in der Hochschule, dem Studiengang und der Lerngruppe lernt der Studierende insbesondere im Bereich der Volkswirtschaftslehre und des Wirtschaftsrechts die politischen Grundstrukturen Deutschlands und der Europäischen Union kennen. Im Modul „Unternehmensführung und Personalmanagement“ lernt der Studierende den demokratiebasierten Bereich des kollektiven Arbeitsrechts kennen. Auch durch die Beschäftigung mit der Makroökonomie soll der Studierende befähigt werden, die Konsequenzen von Entscheidungen in verschiedenen Bezugssystemen besser beurteilen zu können und somit einen mündigen Beitrag zur demokratischen Entwicklung zu leisten.

Das Studium folgt nach Angaben der Hochschule den Kriterien der Chancengleichheit, die für die IST-Hochschule für Management ein wichtiges Merkmal der hochschulinternen Philosophie und des Qualitätsmanagements ist. Die Gleichstellungsbeauftragte setzt sich mit der Hochschulleitung und den Vertretern der Studiengänge für die konsequente Anwendung des Gender-Mainstreaming-Prinzips und für die Entwicklung eines zweckmäßigen sozialen und kulturellen Umfeldes ein. Nicht zuletzt wegen der durch das Fernstudium konzeptionell ge-

ringen Anzahl der Präsenzphasen bietet das Studium an der IST-Hochschule für Management einen hohen Grad an Barrierefreiheit für Studierende mit Behinderung. Sie haben in jeder Phase ihres Studiums die Wahlmöglichkeit, die Präsenzphasen vor Ort oder durch Webinare oder andere Mittel des E-Learning zu absolvieren. Die Fachbereiche organisieren die individuelle Betreuung von Studierenden mit Behinderung und bieten Online- oder Telefonberatungen an. Die Hochschule prüft den eigenen Angaben zufolge, ob die Studierenden mit ihrer körperlichen Behinderung den Anforderungen des Studienganges bzw. der Berufsausrichtung gerecht werden können und bietet hierzu beratende Gespräche mit dem Beauftragten für Inklusion an.

## Bewertung:

Die Qualifikationsziele des Studienganges umfassen fachliche und überfachliche Aspekte und beziehen sich insbesondere auf die Bereiche wissenschaftliche Befähigung, Befähigung zur Aufnahme einer qualifizierten Erwerbstätigkeit, Befähigung zum gesellschaftlichen Engagement und Persönlichkeitsentwicklung. Der Studiengang trägt ferner den Erfordernissen des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse Rechnung.

Auf der Ebene der Studiengänge werden die Konzepte der Hochschule zur Förderung der Geschlechtergerechtigkeit und der Chancengleichheit von Studierenden in besonderen Lebenslagen, wie beispielsweise Studierende mit gesundheitlichen Beeinträchtigungen, umgesetzt.

	Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
1. Zielsetzung	x		

## 2 Zulassung

Die Zulassung erfolgt gemäß § 3 der Prüfungsordnung. Weitere Voraussetzungen zu Form und Frist regelt die Immatrikulations- und Zulassungsordnung, insbesondere der § 2 zu den Immatrikulationsvoraussetzungen sowie § 4 zur Anerkennung ausländischer Bildungsabschlüsse.

Die Zulassungsbedingungen der Hochschule sehen vor, dass eine Zugangsberechtigung nach dem Hochschulzukunftsgesetz NRW vorliegt und eine einschlägige Berufserfahrung von mindestens drei Monaten abgeleistet wurde. Der Nachweis der berufspraktischen Tätigkeit kann bis zu Beginn des dritten Fachsemesters erbracht werden. Zudem ist der Hochschule bei Bewerbern, die die duale Variante studieren möchten, ein Ausbildungsvertrag (ggf. Praktikumsvertrag) vorzulegen. Die Hochschule gibt an, dass ausgewählte Module in englischer Sprache stattfinden und daher ausreichende Englisch-Kenntnisse auf dem Niveau B2 gefordert werden. So werden in der Modulbeschreibung zu den Modulen „International Marketing“ (Pflichtmodul) und „International Management“ (Wahlpflichtmodul) Englisch-Kenntnisse auf dem Niveau B2 gefordert. Hingegen werden in der Immatrikulations- und Zulassungsordnung keine spezifischen Englisch-Kenntnisse gefordert.

Die IST-Hochschule unterstützt bei Wegfall des Ausbildungsvertrags die Suche mit ihrem umfangreichen Kooperationspartnernetzwerk in den einzelnen Branchen. Falls kein neuer Qualifizierungsvertrag zustande kommen sollte, hat der Studierende zudem die Möglichkeit in die Vollzeit-oder Teilzeitvariante des Bachelor-Studienganges zu wechseln.

Die IST-Hochschule kann entsprechend § 13 der Immatrikulations- und Zulassungsordnung für einen Studiengang ein Auswahlverfahren nach § 15 vorsehen, um im Falle eines Nachfrageüberhangs die bestqualifizierten Bewerber für den Studiengang auszuwählen. Im Rahmen des Auswahlverfahrens nach § 15 werden zunächst alle Bewerber berücksichtigt, die

ihre Immatrikulationsunterlagen für den jeweiligen Bachelor-Studiengang vollständig und fristgerecht eingereicht haben und die Zugangsvoraussetzungen erfüllen. Die Studienplätze werden zunächst nach der Gesamtnote der Hochschulzugangsberechtigung vergeben, bei vergaberelevanter gleicher Ausprägung bei mehreren Bewerbern nach der einschlägigen Berufserfahrung, dann nach einschlägigen Praktika, dann nach Entscheidung des Prüfungsausschusses auf Basis eines onlinegestützten Einzelinterviews.

Gemäß § 18 der Immatrikulations- und Zulassungsordnung kann ein Bewerber im Rahmen eines gesonderten Antrags durch geeignete Unterlagen glaubhaft machen, dass schwerwiegende gesundheitliche, soziale oder familiäre Gründe vorliegen, die einen individuellen Nachteil im Rahmen des Immatrikulations- oder Zulassungsverfahrens begründen.

Nach dem Eingang des Antrags sowie der erforderlichen Unterlagen und Dokumente nach § 3 der Immatrikulations- und Zulassungsordnung innerhalb der Bewerbungsfrist prüft die Immatrikulationsstelle die Unterlagen auf Vollständigkeit der Unterlagen sowie auf Erfüllung der Zugangsvoraussetzungen.

Im Anschluss werden die Zulassungs- bzw. Ablehnungsbescheide an die Bewerber durch das Studierendensekretariat versendet. Die im Auswahlverfahren erfolgreichen Studierenden erhalten damit gleichzeitig die Möglichkeit, ihren Immatrikulationsantrag zurückzuziehen, wodurch die Hochschule den Platz an den Nächstberechtigten vergibt.

Verzichtet der Bewerber auf den Rückzug seines Immatrikulationsantrags, wird er entsprechend § 16 Abs. 3 nach Verstreichen der Frist nach Abs. 2 immatrikuliert und erhält die Immatrikulationsbescheinigung und seine Matrikelnummer.

Das Verfahren und die Kriterien der Zulassung sind in der Prüfungsordnung und in der Immatrikulations- und Zulassungsordnung geregelt. Zusätzlich kann im Falle der Ablehnung nach einem Auswahlverfahren der Betroffene Einblick in die anonymisierten, der Entscheidung zugrunde liegenden Unterlagen nehmen.

## Bewertung:

Die Zulassungsbedingungen sind definiert und nachvollziehbar. Die nationalen Vorgaben sind berücksichtigt. Es werden allerdings in der Immatrikulations- und Zulassungsordnung keine spezifischen Englischkenntnisse gefordert, obwohl in einem Pflicht und einem Wahlpflichtmodul Englisch-Kenntnisse auf dem Niveau B2 gefordert werden, weil diese in englischer Sprache durchgeführt werden und mit englischsprachiger Literatur gearbeitet wird. Im Rahmen der Stellungnahme hat die Hochschule ausgeführt, dass die Studierenden bei der Immatrikulation auf diese Tatsache hingewiesen werden und die Möglichkeit bekommen, ihre Englischkenntnisse bis zum vierten Semester auf das Niveau B2 zu bringen, sofern sie diese Anforderung nicht erfüllen. Dies wird jedoch nicht überprüft. Die Gutachter empfehlen daher die folgende **Auflage**: Die Hochschule stellt sicher, dass die Studierenden fremdsprachliche Lehrveranstaltungen absolvieren und die fremdsprachliche Literatur verstehen können (Rechtsquelle: Kriterium 2.4 „Studierbarkeit“ der Regeln des Akkreditierungsrates). Der Nachweis ausreichender Englischkenntnisse kann entweder durch gängige internationale Testverfahren oder einen hochschuleigenen Test im Rahmen der Zulassung erbracht werden oder durch eine entsprechende Auflage im Rahmen der Zulassung, den Nachweis der Englischkenntnisse durch gängige internationale Testverfahren oder einen hochschuleigenen Test bis zum vierten Semester zu erbringen.

Das Zulassungsverfahren ist transparent und gewährleistet die Gewinnung qualifizierter Studierender entsprechend der Zielsetzung der Studiengänge. Die Gutachter begrüßen, dass im Falle eines Bewerberüberhangs ein Auswahlverfahren vorgesehen ist um die bestqualifizierten Bewerber zu selektieren. Der Nachteilsausgleich für Studierende mit Behinderung ist sichergestellt.

		Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
2.1	Zulassungsbedingungen			Auflage
2.2	Auswahl- und Zulassungsverfahren		x	

## 3 Inhalte, Struktur und Didaktik

### 3.1 Inhaltliche Umsetzung

Im Bereich General Management wird fachübergreifend „wirtschaftswissenschaftliches“, „managementbezogenes“, „wissenschaftsmethodisches“ und „Soft Skill bezogenes“ Wissen und Können vermittelt.

Die Spezialisierungsmodule vermitteln korrespondierend mit und aufbauend auf dem General Management branchenspezifische Kompetenzen und Fähigkeiten.

Die Wahlpflichtmodule sind vor allem berufsfeldorientiert und sollen eine branchenspezifische Qualifikation vermitteln, die dem Studierenden eine Spezialisierung und besondere Qualifizierung auf einen Beruf bzw. ein ganzes Berufsfeld ermöglicht.

Im Folgenden wird der inhaltliche Aufbau der dualen Variante beschrieben. Die Vollzeit- und die Teilzeitvariante können sich davon in der Modulabfolge geringfügig unterscheiden, wie sich aus den entsprechenden Curricula (siehe Kapitel 3.2) ergibt. Der Übersichtlichkeit halber wird an dieser Stelle jedoch auf eine doppelte und weitgehend redundante Darstellung verzichtet.

Das General Management führt im ersten Semester mit dem Modul „Grundlagen der BWL“ in die theoretische und berufspraktische Vermittlung der zentralen Funktionsbereiche der Betriebswirtschaftslehre und der wesentlichen betriebswirtschaftlichen Methoden und Kennzahlen. Es folgt eine Einführung in das Marketing und die Volkswirtschaftslehre, wo die Elemente der Marketingkonzeption im Vordergrund stehen. In diesen Modulen soll erreicht werden, dass der Studierende seine bisher erworbenen und die noch zu erwerbenden Kenntnisse auch im Kontext dieser Disziplinen reflektieren und grundsätzlich bewerten kann.

Im zweiten Semester bildet die praxisnahe Einführung in das interne und externe Rechnungswesen im Modul „Einführung in das Rechnungswesen“ einen eigenen Teil. Mit dem weiteren Modul „Wissenschaftliches Arbeiten und Statistik“ werden die Studierenden in Lernmethodik und Selbstmanagement eingeführt, um sie bei der Selbstorganisation des Studiums zu unterstützen und die Grundsätze erfolgreicher Kommunikation und Präsentation bereits früh im Studium zu vermitteln. Die Einführung ins wissenschaftliche Arbeiten schließt das Modul mit einer ersten wissenschaftlichen Hausarbeit ab, um den Studierenden bereits frühzeitig die wissenschaftliche Methodik zur schriftlichen Bearbeitung einer Fragestellung nahezubringen. Zudem wird den Studierenden das Grundwissen im mathematisch-statistischen Bereich vermittelt, damit dieses grundlegende Instrumentarium zur Lösung wissenschaftlicher aber auch berufspraktischer Fragestellungen entsprechend angewendet werden kann.

Im dritten Semester führt das Modul „Unternehmensführung und Personalmanagement“ insbesondere in die personalwirtschaftliche Perspektive ein. Dabei werden korrespondierend die Bereiche Unternehmensführung und Arbeitsrecht behandelt. Außerdem werden im Modul „Wirtschaftsrecht“ die Grundlagen im Bereich des Wirtschafts- und Gesellschaftsrechts vermittelt und die Befähigung zur selbstständigen und methodengerechten Beurteilung einfacher rechtlicher Sachverhalte erreicht.

Das vierte Semester beginnt mit einer Einführung in die Wirtschaftsinformatik und die neuen Medien. Hier wird der Bereich der Informatik und der neuen Medien primär hinsichtlich betrieblicher Anwendungen umrissen. Mit dem Modul „Steuern und Bilanzen“ erfolgt der Rück-

griff auf das 2. Semester mit der entsprechenden Vertiefung zum Rechnungswesen. Zusätzlich wird hier das Thema Steuerrecht behandelt.

In Semester fünf wird das ebenso praxisrelevante Gebiet der wissenschaftlichen Betrachtung der unternehmerischen Investitions- und Finanzierungsentscheidungen und der vertieften Betrachtung von Kostenrechnung und Controlling im Modul „Unternehmerische Entscheidungsgrundlagen“ behandelt. Neben weiterführenden, mathematischen Methoden sollen die Studierenden ein vertieftes Verständnis für quantitativ orientierte Auswertungen und Entscheidungsfindungen gewinnen.

Das Modul Wirtschaftsethik im sechsten Semester soll vor allem dazu dienen, dem Studierenden Einblick in die ethische Perspektive, besonders auch seines zukünftigen Handelns in der Berufswelt, aber auch eine Reflexion des bisher Erlernten zu ermöglichen.

Die Spezialisierungen finden in den Semestern 1–7 parallel zum General Management statt und werden im Folgenden beschrieben:

Die beiden Studiengänge führen im ersten Semester in die Kommunikationswissenschaft und Medienökonomie ein. In der zweiten Hälfte des ersten Semesters durchlaufen sie das Modul „Grundlagen des Ideen-, Innovations- und Projektmanagement“, in dem grundlegende Aspekte wie die Themen Kreativität, Briefing, Innovationsprozesse und die Projektphasen behandelt werden. Hier erwerben die Studierenden relevantes Wissen zur Arbeitsweise und zu den Arbeitsanforderungen in diesem kreativen und innovativen Umfeld.

Im zweiten Semester wird im Modul „Konsumentenverhalten und Marktforschung“ auf wesentliche Aspekte wie Emotionen, Motive, Kognitionen, Lebensstile, Werte etc. eingegangen, die das Konsumentenverhalten beeinflussen. Im Modul „Kommunikations- und Markenmanagement“ wird zunächst auf die Grundlagen der Kommunikation wie Kommunikationsformen, -strategien und integrierte Kommunikation eingegangen. Das Thema wird u.a. im Wahlpflichtmodul „Unternehmenskommunikation - Strategie und Umsetzung“ im sechsten Semester noch einmal aufgegriffen und vertieft. Im anderen Teil des Moduls wird u.a. auf die Strategien und Maßnahmen wie z.B. Branding und Markenarchitektur eingegangen, die dieser Managementprozess beinhaltet.

Das vierte Semester beginnt mit dem Modul „International Marketing“, welches in englischer Sprache durchgeführt wird. Hier wird sowohl auf die verschiedenen Marketingstrategien als auch auf die speziellen Rahmenbedingungen des Marketings im internationalen Kontext eingegangen. Das Modul „Grundlagen Online-Marketing und Social Media“ beinhaltet die wesentlichen Aspekte des Online-Marketings wie Online-Werbung und Online-PR. Zum Thema Social Media werden u.a. die Möglichkeiten aber auch Grenzen (durch z.B. rechtliche Aspekte) der sozialen Medien dargestellt. In dem i Modul „Grundlagen der Unternehmenskommunikation“ wird auf die Kommunikation mit den verschiedenen Bezugsgruppen eines Unternehmens und die zur Verfügung stehenden Instrumente und Vorgehensweisen eingegangen.

Das Modul „Personal Communications“ im sechsten Semester vermittelt Soft Skill Themen u.a. aus den Bereichen Rhetorik, Verhandlungsführung, Moderation und Präsentation. Im zweiten Modul „Marketing Controlling“ werden die Grundlagen und das Controlling der Bereiche Marketing und Vertrieb behandelt.

Die beiden Wahlmodule werden im sechsten und siebten Semester mit 15 Credit Points je Modul angeboten. Sie bauen jeweils auf den Spezialisierungsmodulen auf und sollen dem Studierenden eine besondere Qualifizierung für einen Beruf oder auf ein Berufsfeld ermöglichen. Es besteht die Möglichkeit zwischen den Modulen „International Management“, „Unternehmenskommunikation – Strategie und Umsetzung“, „Markenkommunikation“, „Werbe- und Medienpsychologie“, Kreation und Inszenierung“ und „Advanced Online Marketing“ zu wählen.

### **Kommunikation und Eventmanagement**

Im dritten Semester findet das umfassende Modul „Eventmanagement – Konzeption und Gewerke“ statt. Hier wird sowohl ausführlich auf die Konzeption und Kalkulation eines Events als auch auf die einzubindenden Gewerke und die gesamte Eventlogistik eingegangen. Im fünften Semester folgt das Modul Eventmanagement – Kommunikation. Hier wird die gesam-

te Bandbreite der Kommunikation bei der Vorbereitung, Durchführung und Nachbereitung eines Events dargestellt.

### **Kommunikation und Medienmanagement**

Der Studiengang beinhaltet im dritten Semester drei medien spezifische Module. Im Modul „Medienrecht“ wird auf die Rahmenbedingungen, aber auch auf das Medienrecht tangierende Rechtsfragen wie solche aus dem Persönlichkeitsrecht und gesetzlichen Regelungen wie dem Jugend- und Datenschutz eingegangen. Im zweiten Modul zum Thema „Medienmarketing“ erwerben die Studierenden grundlegendes Wissen über das strategische und operative Medienmarketing. Im dritten Modul „Internationale Medien“ wird zunächst allgemein auf internationale Mediensysteme und schließlich auf spezielle Systeme auf den einzelnen Kontinenten eingegangen. Im fünften Semester folgt das Modul „Medienpraxis - Konzept und Redaktion“. Hier werden die medialen Inhalte von der konzeptionellen und umsetzungstechnischen Seite aus beleuchtet.

Bei der dualen Variante der beiden Studiengänge sollen die Fachkompetenz, die Methodenkompetenz und die berufsfeldbezogenen Branchenqualifikationen in besonderem Maße durch die begleitende praktische Ausbildung im Betrieb vermittelt und erlernt werden. Die Studierenden wenden die in der Hochschule vermittelten theoretischen Inhalte direkt in der beruflichen Praxis an und erlernen somit eine ausgeprägte Handlungskompetenz. In der Beschreibung der einzelnen Module ist der Praxisbetrieb jeweils als fester Lernort verankert. Dies bedeutet, dass die Studierenden nicht nur „einfach“ neben dem Studium in dem Praxisbetrieb arbeiten, sondern sich diese Unternehmen verpflichten, die Studierenden passend zu den jeweiligen Modulen des Semesters zu beschäftigen und somit zu gewährleisten, dass die Lernziele durch den Studierenden vollständig erreicht werden können.

Die Studiengangsbezeichnungen stehen für die inhaltlichen Schwerpunkte, so die Hochschule. Der Bereich Kommunikation ist als übergeordnetes Thema und die Bereiche Event- bzw. Medienmanagement als Fokussierung auf ein hochrelevantes Spezialgebiet innerhalb der Kommunikationsbranche zu sehen. Die Hochschule gibt an, die Bezeichnungen mit der Praxis abgestimmt bzw. überprüft haben zu lassen, dass die Bezeichnungen so üblich und von den Zielgruppen eindeutig zu verstehen sind.

Die Hochschule gibt an, sich bei der Wahl der Abschlussbezeichnung an den Strukturvorgaben orientiert zu haben und aufgrund der inhaltlichen Ausrichtung des Studienganges auf betriebswirtschaftliche, kommunikations- und medienwissenschaftliche Aspekte den „Bachelor of Arts“ gewählt zu haben.

Die Module schließen mit Klausuren, Projektarbeiten, Hausarbeiten oder Präsentationen ab. In der Regel schließen die Module mit einer das Modul umfassenden Prüfung ab. Nur in zwei bzw. drei Ausnahmefällen schließen die Module mit einer Hausarbeit und einer Präsentation ab und in einem weiteren Fall mit einer Klausur und einer Hausarbeit. Im Rahmen der dualen Variante wird zusätzlich ein Praxisbericht verlangt, in dem der Studierende nachweisen muss, wie ihm die konkreten Lernziele und -inhalte in der Praxis vermittelt wurden. In den ersten Semestern wird wesentlich darauf geachtet, das Gelernte als solches und die definierten Anwendungen abzuprüfen. Im Verlauf des Studiums steigt der Anteil der komplexeren Transferaufgaben. Die Bachelor-Arbeit soll zeigen, dass der Prüfling befähigt ist, innerhalb einer vorgegebenen Frist eine Aufgabenstellung aus einem Fachgebiet der Kommunikations-, Event- oder Medienbranche nach wissenschaftlichen Methoden selbständig zu bearbeiten. In der Bachelor-Arbeit sollen die Studierenden zeigen, dass sie in dem jeweiligen Fachgebiet über ein breites und integriertes Wissen verfügen, welches sie auf die konkrete Aufgabenstellung anwenden können, um Lösungsvorschläge für die jeweils fokussierte Problemstellung zu entwickeln. Auf der Basis der relevanten, aktuellen, wissenschaftlichen Erkenntnisse sollen fundierte Beurteilungen und Empfehlungen erarbeitet werden. Im Idealfall erstellt der Studierende in der dualen Variante seine Bachelor-Arbeit in Abstimmung mit seinem Praxispartner. Anhand einer konkreten Problemstellung aus der betrieblichen Praxis soll die Bachelorarbeit dazu beitragen, Lösungsansätze hierfür zu finden.

## Bewertung:

Das Curriculum trägt den Zielen der Studiengänge angemessen Rechnung und gewährleistet die angestrebte Kompetenzentwicklung und Berufsbefähigung. Es umfasst die Vermittlung von Fachwissen und fachübergreifendem Wissen sowie von fachlichen, methodischen und generischen Kompetenzen.

Die Module in den Studiengängen sind inhaltlich ausgewogen und sinnvoll miteinander verknüpft. Die definierten Lernergebnisse entsprechen dabei den Anforderungen des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse. Die Gutachter regen allerdings an innerhalb der Module den Fokus stärker auf einzelne Themenbereiche zu legen, um in angemessener Art und Weise in die Tiefe gehen zu können. Die Gutachter sehen diesbezüglich insbesondere hinsichtlich der Module „Medienpraxis – Konzept und Redaktion“ und „Wissenschaftliches Arbeiten und Statistik“ noch Optimierungspotential.

Die Abschluss- und die Studiengangsbezeichnungen der beiden Studiengänge „Kommunikation und Medienmanagement“ (B.A.) und „Kommunikation und Eventmanagement“ (B.A.) entsprechen sowohl der inhaltlichen Ausrichtung des Studienganges als auch den nationalen Vorgaben. Auch wenn die Studiengänge sich sehr ähneln, erkennen die Gutachter auch im Hinblick auf die Nominationspräferenz der Hochschule an, dass durch den jeweiligen Fokus die Bezeichnungen beider Studiengänge gerechtfertigt sind.

Die Prüfungsleistungen und die Abschlussarbeit sind wissens- und kompetenzorientiert und dienen der Feststellung, ob die formulierten Qualifikationsziele erreicht wurden. Jedes Modul schließt in der Regel mit einer das gesamte Modul umfassenden Prüfung ab. Die Ausnahmefälle werden von den Gutachtern nicht als kritisch betrachtet, weil zum einen unterschiedliche Kompetenzen geprüft werden und zum anderen die Modulgröße insgesamt relativ groß ist, so dass es nicht zu einer erhöhten Prüfungsbelastung kommt. Die Tatsache, dass in der dualen Variante der Studiengänge als Prüfungsleistung zusätzlich ein Praxisbericht verlangt wird, wird von den Gutachtern zur Prüfung der tatsächlichen Umsetzung der theoretischen Inhalte in der Praxis als durchaus sinnvoll erachtet. Da diese Berichte als Teil des Selbststudiums betrachtet werden können, führt dies nach Auffassung der Gutachter ebenfalls nicht zu einer erhöhten Arbeitsbelastung der Studierenden. Da die Studiengänge noch nicht gestartet sind, existieren noch keine Prüfungsleistungen oder Abschlussarbeiten von Studierenden. Bei der Begutachtung vor Ort hatten die Gutachter jedoch Gelegenheit, Prüfungsleistungen von Studierenden aus anderen Studiengängen der Hochschule einzusehen. Dabei konnten sie sich davon überzeugen, dass die an der Hochschule angewandten Prüfungsmethoden einerseits gut geeignet sind, um den Qualifikations- und Kompetenzerwerb der Studierenden zu überprüfen und andererseits dem zu fordernden Bachelor-Niveau entsprechen. Da die anderen Studiengänge noch keine Absolventen verzeichnen, konnten keine Abschlussarbeiten begutachtet werden. Ob auch diese den zu fordernden Anforderungen und zu erwartenden Niveau entsprechen, wird im Rahmen einer allfälligen Re-Akkreditierung zu prüfen sein.

		Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
3.1	Inhaltliche Umsetzung			
3.1.1	Logik und konzeptionelle Geschlossenheit des Curriculums	X		
3.1.2	Begründung der Abschluss- und Studiengangsbezeichnung	X		
3.1.3	Prüfungsleistungen und Abschlussarbeit	X		

## 3.2 Strukturelle Umsetzung

In der folgenden Übersicht wird der strukturelle Aufbau der Studiengänge grob skizziert:

Regelstudienzeit	Vollzeit: 6 Semester Teilzeit: 8 Semester Dual: 7 Semester
Anzahl der zu erwerbenden CP	180 CP
Studentische Arbeitszeit pro CP	25 Stunden
Anzahl der Module der Studiengänge	27 Module (Kommunikation und Medienmanagement) 25 (Kommunikation und Eventmanagement)
Module mit einer Größe unter 5 CP	Marketing-Controlling 4 CP Marketing 4 CP Grundlagen der VWL 4CP Wirtschaftsinformatik und neue Medien 4 CP Wirtschaftsethik 3 CP
Bearbeitungsdauer der Abschlussarbeit und deren Umfang in CP	3 Monate, 12 CP

Darüber hinaus hat die Hochschule eine verabschiedete Prüfungsordnung vorgelegt. In der folgenden Übersicht werden die für die Akkreditierung relevanten Bestandteile der Prüfungsordnung aufgeführt:

	Wo geregelt in der Prüfungsordnung?
Anerkennung von an anderen Hochschulen erbrachten Leistungen	§ 8 Abs. 1 und 2
Anrechnung von außerhochschulisch erbrachten Leistungen	§ 8 Abs. 6
Nachteilsausgleich für Studierende mit Behinderung	§ 15 Abs. 4
Studentische Arbeitszeit pro CP	§ 5 Abs. 5
Relative Notenvergabe oder Einstufungstabelle nach ECTS	§ 10 Abs. 7
Vergabe eines Diploma Supplements	§ 28 Abs.4

Sämtliche Module sind in einem Modulhandbuch beschrieben. Die Modulbeschreibungen enthalten insbesondere Angaben zu den Inhalten und Qualifikationszielen des Moduls, zu den Lehrformen, zu den Voraussetzungen für die Teilnahme, zu der Verwendbarkeit des Moduls, zur Anzahl der Leistungspunkte, zur Häufigkeit des Angebots von Modulen, zum Arbeitsaufwand und zur Dauer der Module.

Alle Module erstrecken sich lediglich über ein Semester, so dass die Möglichkeit besteht, ein Semester im Ausland zu verbringen.

Die Studiengänge setzen sich zusammen aus zehn Pflichtmodulen zum „General Management“, den elf bzw. dreizehn Spezialisierungsmodulen und den beiden Wahlmodulen. Anstelle eines der Wahlmodule kann auch ein Praktikum oder Auslandsemester absolviert werden. Dieses wird, bei Erfüllung der Anforderungen der Prüfungsordnung (§ 22), mit dem gleichen Workload wie ein Wahlpflichtmodul berücksichtigt. Diese sogenannte Praxisphase des Studierenden wird von einem vom Prüfungsausschuss bestimmten Professor begleitet bzw. betreut. Die beiden Studiengänge unterscheiden die medien- bzw. eventspezifischen Module, die insgesamt jeweils einen Umfang von 30 CP haben.

Den Abschluss des Studiums bildet eine Bachelor-Arbeit. Die Gesamtnote der Bachelorprüfung wird entsprechend des § 10 Abs. 7 der Prüfungsordnung durch eine ECTS-Note, die neben der absoluten eine relative Bewertung der Prüfungsleistung abbildet, ergänzt. Die in den jeweiligen Modulen erforderliche Prüfungsleistung wird in den Modulen auch in ihrer Gewichtung für das Modul benannt und näher in den §§ 14 ff. der Prüfungsordnung beschrieben. Der modulare Aufbau ist für jeden Studiengang in der beiliegenden Studienordnung dokumentiert.

Die Hochschule begründet das Angebot von Module mit weniger als 5 CP damit, dass es sich bei diesen Modulen zum einen um Ausnahmefälle handelt und zum anderen um spezielle Module, die umfassend ein Thema behandeln und keines größeren Umfanges bedürfen. Desweiteren gibt es auch einige Module, in denen mehr als 5 CP vergeben werden, so dass die durchschnittliche Zahl an CPs pro Modul über 5 CP liegt und somit auch keine erhöhte Prüfungsbelastung für die Studierenden besteht.

Die folgenden Übersichten zeigen das Curriculum der Studiengänge:

## Kommunikation und Eventmanagement - Vollzeitvariante (6 Semester)

Veranstaltungsbezeichnung	Semester						Workload Präsenzzeiten (Online-Tutorium + Präsenzseminar) / Selbststudium (Übrige Lernorte) / Credit-Points	Veranstaltungsform 1.Lehrfest, 2.Online-Vorlesung,3. Online-Tutorium, 4.Online-Übung, 5.Präsenzseminar, 6. Betrieb	Prüfungsleistungen	Gewicht für Gesamtnote
	1.	2.	3.	4.	5.	6.				
<b>Studiengangsspezifische Module</b>										
<b>Einführung In die Kommunikationswissenschaft und Medienökonomie 7cp</b>							25/150/7	1,2,3,4,5	Klausur 120 Minuten	1/30
Kommunikationswissenschaft und Medienökonomie	7									
<b>Konsumentenverhalten und Marktforschung 6cp</b>							25/125/6	1,2,3,4,5	Klausur 120 Minuten	1/30
Konsumentenverhalten und Marktforschung		6								
<b>Kommunikations- und Markenmanagement 5cp</b>							25/100/5	1,2,3,4,5	Klausur 120 Minuten	1/36
Kommunikations- und Markenmanagement		5								
<b>Grundlagen des Ideen-, Innovations- und Projektmanagement 5cp</b>							25/100/5	1,2,3,4,5	Klausur 90 Minuten	1/36
Ideen- und Innovationsmanagement		2,5								
Projektmanagement		2,5								
<b>Grundlagen der Unternehmenskommunikation 5cp</b>							25/100/5	1,2,3,4,5	Klausur 120 Minuten	1/30
Grundlagen der Unternehmenskommunikation		5								
<b>Eventmanagement - Konzeption und Gewerke 15cp</b>							75/300/15	1,2,3,4,5	Hausarbeit / Präsentation	1/12
Eventarten in der Praxis			3							
Kreative Eventkonzeption			3							
Gewerke und Eventlogistik			3							
Kalkulation und Budgetierung			3							
Trends im Eventmanagement			3							
<b>Grundlagen Online-Marketing und Social Media 5cp</b>							15/110/5	1,2,3,4	Klausur 120 Minuten	1/36
Online-Marketing und Social Media		5								
<b>Eventmanagement - Kommunikation 15cp</b>							55/320/15	1,2,3,4,5	Hausarbeit / Präsentation	1/12
Planung und Realisierung von Events			3							
Eventrecht			3							
Eventcontrolling			3							
Kommunikation und PR			3							
Sponsoring			3							
<b>Marketing-Controlling 4cp</b>							15/85/4	1,2,3,4	Klausur 90 Minuten	1/36
Marketing Controlling			4							
<b>International Marketing 5cp</b>							25/100/5	1,2,3,4,5	Klausur 120 Minuten	1/36
International Marketing			5							
<b>Personal Communications 5cp</b>							35/115/6	1,2,3,4,5	Klausur 120 Minuten	1/36
Präsentationen und Meetings				3						
Verhandlungsführung und Verkaufstechniken				3						

General Management										
Grundlagen der BWL 6 cp							25/125/6	1,2,3,4,5	Klausur 120 Minuten	1/30
Einführung in die Betriebswirtschaftslehre	6									
Einführung in das Rechnungswesen 6 cp							20/130/6	1,2,3,4	Klausur 120 Minuten	1/30
Finanzbuchhaltung	3									
Kostenrechnung I	3									
Marketing I 4 cp							15/85/4	1,2,3,4	Klausur 90 Minuten	1/45
Marketing I: Grundlagen und Strategien	4									
Wissenschaftliches Arbeiten und Statistik 7cp							25/150/7	1,2,3,4,5	Hausarbeit	3/77
Wissenschaftliches Arbeiten	3,5									
Wirtschaftsstatistik	3,5									
Wirtschaftsrecht 5cp							20/105/5	1,2,3,4,5	Klausur 120 Minuten	1/36
Bürgerliches Recht		3								
Handels- und Gesellschaftsrecht		2								
Grundlagen der VWL 4 cp							10/90/4	1,2,3,4	Klausur 90 Minuten	1/45
Grundlagen der VWL und Mikroökonomie		4								
Wirtschaftsinformatik und neue Medien 4cp							10/90/4	1,2,3,4	Klausur 90 Minuten	1/45
Grundlagen der Wirtschaftsinformatik und der neuen Medien			4							
Unternehmensführung und Personalmanagement 6cp							25/125/6	1,2,3,4,5	Klausur 120 Minuten	1/30
Unternehmensführung und Personalmanagement		3								
Arbeitsrecht		3								
Steuern und Bilanzen 6cp							20/130/6	1,2,3,4	Klausur 120 Minuten	1/30
Einführung ins Steuerrecht				3						
Externes Rechnungswesen und Bilanzanalyse				3						
Unternehmerische Entscheidungsgrundlagen 3cp							25/200/9	1,2,3,4,5	Klausur 120 Minuten	1/20
Investitions- und Finanzierungsentscheidungen					5					
Kostenrechnung II und Controlling					4					
Wirtschaftsethik 3cp							20/55/3	1,2,3,4,5	Hausarbeit / Präsentation	1/60
Wirtschaftsethik						3				
Wahlmodul 1 (beispielhaft)					15		70/305/15	1,2,3,4,5	Hausarbeit + Präsentation	1/12
Wahlmodul 2 (beispielhaft)					15		90/265/15	1,2,3,4,5	Projektarbeit + Präsentation	1/12
					12		0 / 300/ 12		Bachelorthesis	1/15
										1
<b>CP pro Semester</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>30</b>				<b>180</b>
<b>Workload pro Semester</b>	<b>750</b>	<b>750</b>	<b>750</b>	<b>750</b>	<b>750</b>	<b>750</b>	<b>4.500</b>			

## Kommunikation und Eventmanagement - Duale Variante (7 Semester)

Veranstaltungsbezeichnung	Semester							Workload Präsenzzeiten (Online-Tutorium + Präsenzseminar) / Selbststudium (Übrige Lernorte) / Credit-Points	Veranstaltungsform 1. Lehrheft, 2. Online-Vorlesung, 3. Online-Tutorium, 4. Online-Übung, 5. Präsenzseminar, 6. Betrieb	Prüfungsleistungen	Gewicht für Gesamtnote
	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.				
<b>Studiengangsspezifische Module</b>											
Einführung in die Kommunikationswissenschaft und Medienökonomie 7cp								25/100/7	1,2,3,4,5	Klausur 120 Minuten	1/30
Kommunikationswissenschaft und Medienökonomie	7										
Praxisphase Einführung in die Kommunikationswissenschaft und Medienökonomie	X							Selbststudium: 50	6	Praxisbericht	
Grundlagen des Ideen-, Innovations- und Projektmanagement 5cp								25/75/5	1,2,3,4,5	Klausur 90 Minuten	1/36
Ideen- und Innovationsmanagement	2,5										
Projektmanagement	2,5										
Praxisphase Grundlagen des Ideen-, Innovations- und Projektmanagement	X							Selbststudium: 25	6	Praxisbericht	
Konsumentenverhalten und Marktforschung 6cp								25/60/6	1,2,3,4,5	Klausur 120 Minuten	1/30
Konsumentenverhalten und Marktforschung		6									
Praxisphase Konsumentenverhalten und Marktforschung	X							Selbststudium: 45	6	Praxisbericht	
Kommunikations- und Markenmanagement 5cp								25/70/5	1,2,3,4,5	Klausur 120 Minuten	1/36
Kommunikations- und Markenmanagement		5									
Praxisphase Kommunikations- und Markenmanagement	X							Selbststudium: 30	6	Praxisbericht	
Eventmanagement - Konzeption und Gewerke 15cp								75/175/15	1,2,3,4,5	Hausarbeit / Präsentation	1/12
Eventarten in der Praxis			3								
Kreative Eventkonzeption			3								
Gewerke und Eventlogistik			3								
Kalkulation und Budgetierung			3								
Trends im Eventmanagement			3								
Praxisphase Eventmanagement - Konzeption und Gewerke			X					Selbststudium: 125	6	Praxisbericht	
International Marketing 5cp								25/65/5	1,2,3,4,5	Klausur 120 Minuten	1/36
International Marketing				5							
Praxisphase International Marketing				X				Selbststudium: 35	6	Praxisbericht	
Grundlagen Online-Marketing und Social Media 5cp								15/70/5	1,2,3,4	Klausur 120 Minuten	1/36
Online-Marketing und Social Media				5							
Praxisphase Grundlagen Online-Marketing und Social Media				X				Selbststudium: 40	6	Praxisbericht	
Grundlagen der Unternehmenskommunikation 5cp								25/65/5	1,2,3,4,5	Klausur 120 Minuten	1/30
Grundlagen der Unternehmenskommunikation				5							
Praxisphase Grundlagen der Unternehmenskommunikation				X				Selbststudium: 35	6	Praxisbericht	

Eventmanagement - Kommunikation 15cp								55/210/15	1,2,3,4,5	Hausarbeit/Präsentation & Klausur 120 Minuten	1/12
Planung und Realisierung von Events				3							
Eventrecht				3							
Eventcontrolling				3							
Kommunikation und PR				3							
Sponsoring				3							
Praxisphase Eventmanagement - Kommunikation				X				Selbststudium: 110	6	Praxisbericht	
Personal Communications Scp								25/90/6	1,2,3,4,5	Klausur 120 Minuten	1/36
Präsentationen und Meetings				3							
Verhandlungsführung und Verkaufstechniken				3							
Praxisphase Personal Communications				X				Selbststudium: 35	6	Praxisbericht	
Marketing-Controlling 4cp								15/55/4	1,2,3,4	Klausur 120 Minuten	1/36
Marketing Controlling				4							
Praxisphase Grundlagen der Unternehmenskommunikation				X				Selbststudium: 30	6	Praxisbericht	
General Management											
Grundlagen der BWL 6 cp								25/100/6	1,2,3,4,5	Klausur 120 Minuten	1/30
Einführung in die Betriebswirtschaftslehre	6										
Praxisphase Grundlagen der BWL	X							Selbststudium: 25	6	Praxisbericht	
Marketing I 4 cp								15/65/4	1,2,3,4	Klausur 90 Minuten	1/45
Marketing I: Grundlagen und Strategien	4										
Praxisphase Marketing I	X							Selbststudium: 20	6	Praxisbericht	
Grundlagen der VWL 4 cp								10/75/4	1,2,3,4	Klausur 90 Minuten	1/45
Grundlagen der VWL und Mikroökonomie	4										
Praxisphase Grundlagen der VWL	X							Selbststudium: 15	6	Praxisbericht	
Einführung in das Rechnungswesen 6 cp								20/95/6	1,2,3,4	Klausur 120 Minuten	1/30
Finanzbuchhaltung		3									
Kostenrechnung I		3									
Praxisphase Einführung in das Rechnungswesen	X							Selbststudium: 35	6	Praxisbericht	
Wissenschaftliches Arbeiten und Statistik 7cp								25/115/7	1,2,3,4,5	Hausarbeit	3/77
Wissenschaftliches Arbeiten		3,5									
Wirtschaftsstatistik		3,5									
Praxisphase Wissenschaftliches Arbeiten und Lernmethoden	X							Selbststudium: 35	6	Praxisbericht	
Unternehmensführung und Personalmanagement 6cp								25/100/6	1,2,3,4,5	Klausur 120 Minuten	1/30
Unternehmensführung und Personalmanagement			3								
Arbeitsrecht			3								
Praxisphase Unternehmensführung und Personalmanagement			X					Selbststudium: 25	6	Praxisbericht	
Wirtschaftsrecht Scp								20/65/5	1,2,3,4,5	Klausur 120 Minuten	1/36
Bürgerliches Recht			3								
Handels- und Gesellschaftsrecht			2								
Praxisphase Wirtschaftsrecht			X					Selbststudium: 20	6	Praxisbericht	

Wirtschaftsinformatik und neue Medien 4cp								10/75/4	1,2,3,4	Klausur 90 Minuten	1/45
Grundlagen der Wirtschaftsinformatik und der neuen Medien				4							
Praxisphase Wirtschaftsinformatik und neue Medien			X					Selbststudium: 15	6	Praxisbericht	
Steuern und Bilanzen 6cp								20/105/6	1,2,3,4	Klausur 120 Minuten	1/30
Einführung in das Steuerrecht				3							
Externes Rechnungswesen und Bilanzanalyse				3							
Praxisphase Steuern und Bilanzen			X					Selbststudium: 25	6	Praxisbericht	
Unternehmerische Entscheidungsgrundlagen 3cp								25/165/9	1,2,3,4,5	Klausur 120 Minuten	1/20
Investitions- und Finanzierungsentscheidungen				5							
Kostenrechnung II und Controlling				4							
Praxisphase Unternehmerische Entscheidungsgrundlagen			X					Selbststudium: 35	6	Praxisbericht	
Wirtschaftsethik 3cp								20/45/3	1,2,3,4,5	Hausarbeit / Präsentation	1/60
Wirtschaftsethik				3							
Praxisphase Wirtschaftsethik			X					Selbststudium: 10	6	Praxisbericht	
Wahlmodul 1 (beispielhaft)						15		55/210/15	1,2,3,4,5	Hausarbeit + Präsentation	1/12
Praxisphase Wahlmodul 1 (beispielhaft)					X			Selbststudium: 110	6	Praxisbericht	
Wahlmodul 2 (beispielhaft)						15		75/190/15	1,2,3,4,5	Projektarbeit + Präsentation	1/12
Praxisphase Wahlmodul 2 (beispielhaft)						X		Selbststudium: 110	6	Praxisbericht	
						12		0 / 300/ 12		Bachelorthesis	1/15
											1
<b>CP pro Semester</b>	<b>26</b>	<b>24</b>	<b>26</b>	<b>25</b>	<b>24</b>	<b>28</b>	<b>27</b>				<b>180</b>
Workload pro Semester	650	600	650	625	600	700	675	4.500			

## Kommunikation und Eventmanagement - Teilzeitvariante (8 Semester)

Veranstaltungsbezeichnung	Semester								Workload Präsenzzeiten (Online-Tutorium + Präsenzseminar) / Selbststudium (Übrige Lernorte) / Credit-Points	Veranstaltungsform 1. Lehrstift, 2. Online-Vorlesung, 3. Online-Tutorium, 4. Online-Übung, 5. Präsenzseminar, 6. Betrieb	Prüfungseleistungen	Gewicht für Gesamtnote
	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.				
<b>Studiengangsspezifische Module</b>												
<b>Einführung in die Kommunikationswissenschaft und Medienökonomie 7cp</b>									25/150/7	1,2,3,4,5	Klausur 120 Minuten	1/30
Kommunikationswissenschaft und Medienökonomie	7											
<b>Grundlagen des Ideen-, Innovations- und Projektmanagement 6cp</b>									25/100/5	1,2,3,4,5	Klausur 90 Minuten	1/30
Ideen- und Innovationsmanagement	2,5											
Projektmanagement	2,5											
<b>Konsumentenverhalten und Marktforschung 8cp</b>									25/125/5	1,2,3,4,5	Klausur 120 Minuten	1/30
Konsumentenverhalten und Marktforschung		6										
<b>Kommunikations- und Markenmanagement 6cp</b>									25/100/5	1,2,3,4,5	Klausur 120 Minuten	1/30
Kommunikations- und Markenmanagement		5										
<b>Grundlagen der Unternehmenskommunikation 6cp</b>									25/100/5	1,2,3,4,5	Klausur 120 Minuten	1/30
Grundlagen der Unternehmenskommunikation			5									
<b>Grundlagen Online-Marketing und Social Media 6cp</b>									15/110/5	1,2,3,4	Klausur 120 Minuten	1/30
Online-Marketing und Social Media			5									
<b>Eventmanagement - Konzeption und Gewerke 16cp</b>									75/300/15	1,2,3,4,5	Hausarbeit / Präsentation	1/12
Eventarten in der Praxis				3								
Kreative Eventkonzeption				3								
Gewerke und Eventlogistik				3								
Kalkulation und Budgetierung				3								
Trends im Eventmanagement				3								
<b>Eventmanagement - Kommunikation 16cp</b>									55/320/15	1,2,3,4,5	Hausarbeit / Präsentation	1/12
Planung und Realisierung von Events					3							
Eventrecht					3							
Eventcontrolling					3							
Kommunikation und PR					3							
Sponsoring					3							
<b>International Marketing 6cp</b>									25/100/5	1,2,3,4,5	Klausur 120 Minuten	1/30
International Marketing					5							
<b>Marketing-Controlling 4cp</b>									15/65/4	1,2,3,4	Klausur 90 Minuten	1/30
Marketing Controlling						4						
<b>Personal Communications 6cp</b>									35/115/6	1,2,3,4,5	Klausur 120 Minuten	1/30
Präsentationstechniken und Meetings							3					
Verhandlungsführung und Verkaufstechniken							3					

<b>General Management</b>													
Grundlagen der BWL 8 op										25/125/6	1,2,3,4,5	Klausur 120 Minuten	1/30
Einführung in die Betriebswirtschaftslehre	6												
Marketing I 4 op										15/85/4	1,2,3,4	Klausur 90 Minuten	1/46
Marketing I: Grundlagen und Strategien	4												
Einführung in das Rechnungswesen 8 op										20/130/6	1,2,3,4	Klausur 120 Minuten	1/30
Finanzbuchhaltung		3											
Kostenrechnung I		3											
Wissenschaftliches Arbeiten und Statistik 7op										25/150/7	1,2,3,4,5	Hausarbeit	3/77
Wissenschaftliches Arbeiten		3,5											
Wirtschaftsstatistik		3,5											
Wirtschaftsrecht 6op										20/105/5	1,2,3,4,5	Klausur 120 Minuten	1/38
Bürgerliches Recht			3										
Handels- und Gesellschaftsrecht			2										
Wirtschaftsinformatik und neue Medien 4op										10/90/4	1,2,3,4	Klausur 90 Minuten	1/46
Grundlagen der Wirtschaftsinformatik und der neuen Medien			4										
Grundlagen der VWL 4 op										10/90/4	1,2,3,4	Klausur 90 Minuten	1/46
Grundlagen der VWL und Mikroökonomie			4										
Unternehmensführung und Personalmanagement 8op										25/125/6	1,2,3,4,5	Klausur 120 Minuten	1/30
Unternehmensführung und Personalmanagement				3									
Arbeitsrecht				3									
Wirtschaftsethik 3op										20/55/3	1,2,3,4,5	Hausarbeit / Präsentation	1/60
Wirtschaftsethik					3								
Steuern und Bilanzen 8op										20/130/6	1,2,3,4	Klausur 120 Minuten	1/30
Einführung ins Steuerrecht						3							
Externes Rechnungswesen und Bilanzanalyse						3							
Unternehmerische Entscheidungsgrundlagen 8op										25/200/9	1,2,3,4,5	Klausur 120 Minuten	1/20
Investitions- und Finanzierungsentscheidungen							5						
Kostenrechnung II und Controlling							4						
<b>Wahlmodul</b>													
Wahlmodul 1 (beispielhaft)							15			50/285/15	1,2,3,4,5	Hausarbeit + Präsentation	1/12
Wahlmodul 2 (beispielhaft)							15			50/325/15	1,2,3,4,5	Hausarbeit + Präsentation	1/12
<b>Bachelorthesis</b>													
								12		0 / 300/ 12		<b>Bachelorthesis</b>	1/16
<b>CP pro Semester</b>													
Workload pro Semester	550	600	575	525	575	625	600	450					

## Kommunikation und Medienmanagement - Vollzeitvariante (6 Semester)

Veranstaltungsbezeichnung	Semester						Workload Präsenzzeiten (Online-Tutorium + Präsenzseminar) / Selbststudium (Übrige Lernorte) / Credit-Points	Veranstaltungsform 1.Lehrmeth, 2.Online-Vorlesung,3. Online-Tutorium, 4.Online-Übung, 5.Präsenzseminar, 6. Betrieb	Prüfungsleistungen	Gewicht für Gesamtnote
	1.	2.	3.	4.	5.	6.				
<b>Studiengangspezifische Module</b>										
Einführung in die Kommunikationswissenschaft und Medienökonomie 7cp							25/150/7	1,2,3,4,5	Klausur 120 Minuten	1/30
Kommunikationswissenschaft und Medienökonomie	7									
Konsumentenverhalten und Marktforschung 6cp							25/125/5	1,2,3,4,5	Klausur 120 Minuten	1/30
Konsumentenverhalten und Marktforschung		6								
Kommunikations- und Markenmanagement 5cp							25/125/5	1,2,3,4,5	Klausur 120 Minuten	1/36
Kommunikations- und Markenmanagement		5								
Grundlagen des Ideen-, Innovations- und Projektmanagement 5cp							25/100/5	1,2,3,4,5	Klausur 90 Minuten	1/36
Ideen- und Innovationsmanagement		2,5								
Projektmanagement		2,5								
Grundlagen der Unternehmenskommunikation 5cp							25/100/5	1,2,3,4,5	Klausur 120 Minuten	1/30
Grundlagen der Unternehmenskommunikation		5								
Medienrecht 5cp							25/100/5	1,2,3,4,5	Klausur 120 Minuten	1/36
Medienrecht			5							
Medienmarketing 5cp							25/100/5	1,2,3,4,5	Klausur 120 Minuten	1/36
Medienmarketing			5							
Internationale Medien 5cp							25/100/5	1,2,3,4,5	Klausur 120 Minuten	1/36
Internationale Medien			5							
Grundlagen Online-Marketing und Social Media 5cp							15/110/5	1,2,3,4	Klausur 120 Minuten	1/36
Online-Marketing und Social Media			5							
Medienpraxis - Konzept und Redaktion 15cp							80/295/15	1,2,3,4,5	Hausarbeit / Präsentation	1/12
Konzept, Redaktion und Produktion – Print				5						
Konzept, Redaktion und Produktion – TV / Radio				5						
Konzept, Redaktion und Produktion – Digital				5						
Marketing-Controlling 4cp							15/65/4	1,2,3,4	Klausur 90 Minuten	1/36
Marketing Controlling				4						
International Marketing 5cp							25/100/5	1,2,3,4,5	Klausur 120 Minuten	1/36
International Marketing				5						
Personal Communications 5cp							35/115/5	1,2,3,4,5	Klausur 120 Minuten	1/36
Präsentationen und Meetings					3					
Verhandlungsführung und Verkaufstechniken					3					

<b>General Management</b>										
Grundlagen der BWL 6 cp							25/125/6	1,2,3,4,5	Klausur 120 Minuten	1/30
Einführung in die Betriebswirtschaftslehre	6									
Einführung in das Rechnungswesen 6 cp							20/130/6	1,2,3,4	Klausur 120 Minuten	1/30
Finanzbuchhaltung	3									
Kostenrechnung I	3									
Marketing I 4 cp							15/85/4	1,2,3,4	Klausur 90 Minuten	1/45
Marketing I: Grundlagen und Strategien	4									
Wissenschaftliches Arbeiten und Statistik 7cp							25/150/7	1,2,3,4,5	Hausarbeit	3/77
Wissenschaftliches Arbeiten	3,5									
Wirtschaftsstatistik	3,5									
Wirtschaftsrecht 5cp							20/105/5	1,2,3,4,5	Klausur 120 Minuten	1/36
Bürgerliches Recht		3								
Handels- und Gesellschaftsrecht		2								
Grundlagen der VWL 4 cp							10/90/4	1,2,3,4	Klausur 90 Minuten	1/45
Grundlagen der VWL und Mikroökonomie		4								
Wirtschaftsinformatik und neue Medien 4cp							10/90/4	1,2,3,4	Klausur 90 Minuten	1/45
Grundlagen der Wirtschaftsinformatik und der neuen Medien			4							
Unternehmensführung und Personalmanagement 6cp							25/125/6	1,2,3,4,5	Klausur 120 Minuten	1/30
Unternehmensführung und Personalmanagement			3							
Arbeitsrecht			3							
Steuern und Bilanzen 6cp							20/130/6	1,2,3,4	Klausur 120 Minuten	1/30
Einführung ins Steuerrecht				3						
Externes Rechnungswesen und Bilanzanalyse				3						
Unternehmerische Entscheidungsgrundlagen 3cp							25/200/9	1,2,3,4,5	Klausur 120 Minuten	1/20
Investitions- und Finanzierungsentscheidungen					5					
Kostenrechnung II und Controlling					4					
Wirtschaftsethik 3cp							20/55/3	1,2,3,4,5	Hausarbeit / Präsentation	1/60
Wirtschaftsethik						3				
Wahlmodul 1 (beispielhaft)					15		70/305/15	1,2,3,4,5	Hausarbeit + Präsentation	1/12
Wahlmodul 2 (beispielhaft)					15		50/90/285	1,2,3,4,5	Hausarbeit + Präsentation	1/12
					12		0 / 300/ 12		<b>Bachelorthesis</b>	<b>1/15</b>
										<b>1</b>
<b>CP pro Semester</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>180</b>			
Workload pro Semester	750	750	750	750	750	750	4.500			

## Kommunikation und Medienmanagement – Duale Variante (7 Semester)

Veranstaltungsbezeichnung	Semester							Workload Präsenzzeiten (Online-Tutorium + Präsenzseminar) / Selbststudium (Übrige Lernorte) / Credit-Points	Veranstaltungsform 1. Lehrstf., 2. Online-Vorlesung, 3. Online-Tutorium, 4. Online-Übung, 5. Präsenzseminar, 6. Betrieb	Prüfungsleistungen	Gewicht für Gesamtnote
	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.				
<b>Studiengangsspezifische Module</b>											
Einführung in die Kommunikationswissenschaft und Medienökonomie 7cp								25/100/7	1,2,3,4,5	Klausur 120 Minuten	1/30
Kommunikationswissenschaft und Medienökonomie	7										
Praxiaphase Einführung in die Kommunikationswissenschaft und Medienökonomie	X							Selbststudium: 50	6	Praxisbericht	
Grundlagen des Ideen-, Innovations- und Projektmanagement 5cp								25/75/5	1,2,3,4,5	Klausur 90 Minuten	1/36
Ideen- und Innovationsmanagement	2,5										
Projektmanagement	2,5										
Praxiaphase Grundlagen des Ideen-, Innovations- und Projektmanagement	X							Selbststudium: 25	6	Praxisbericht	
Konsumentenverhalten und Marktforschung 6cp								25/60/6	1,2,3,4,5	Klausur 120 Minuten	1/30
Konsumentenverhalten und Marktforschung	6										
Praxiaphase Konsumentenverhalten und Marktforschung	X							Selbststudium: 45	6	Praxisbericht	
Kommunikations- und Markenmanagement 5cp								25/70/5	1,2,3,4,5	Klausur 120 Minuten	1/36
Kommunikations- und Markenmanagement	5										
Praxiaphase Kommunikations- und Markenmanagement	X							Selbststudium: 30	6	Praxisbericht	
Medienrecht 5cp								25/75/5	1,2,3,4,5	Klausur 120 Minuten	1/36
Medienrecht			5								
Praxiaphase Medienrecht		X						Selbststudium: 25	6	Praxisbericht	
Medienmarketing 5cp								25/65/5	1,2,3,4,5	Klausur 120 Minuten	1/36
Medienmarketing			5								
Praxiaphase Medienmarketing			X					Selbststudium: 35	6	Praxisbericht	
Internationale Medien 5cp								25/75/5	1,2,3,4,5	Klausur 120 Minuten	1/36
Internationale Medien			5								
Praxiaphase Internationale Medien			X					Selbststudium: 25	6	Praxisbericht	
International Marketing 5cp								25/65/5	1,2,3,4,5	Klausur 120 Minuten	1/36
International Marketing				5							
Praxiaphase International Marketing				X				Selbststudium: 35	6	Praxisbericht	
Grundlagen Online-Marketing und Social Media 5cp								15/70/5	1,2,3,4	Klausur 120 Minuten	1/36
Online-Marketing und Social Media				5							
Praxiaphase Grundlagen Online-Marketing und Social Media				X				Selbststudium: 40	6	Praxisbericht	
Grundlagen der Unternehmenskommunikation 5cp								25/65/5	1,2,3,4,5	Klausur 120 Minuten	1/30
Grundlagen der Unternehmenskommunikation				5							
Praxiaphase Grundlagen der Unternehmenskommunikation				X				Selbststudium: 35	6	Praxisbericht	

<b>Medienpraxis - Konzept und Redaktion 15cp</b>								65/185/15	1,2,3,4,5	Hausarbeit / Präsentation	1/12
Konzept, Redaktion und Produktion – Print				5							
Konzept, Redaktion und Produktion – TV / Radio				5							
Konzept, Redaktion und Produktion – Digital				5							
<b>Praxisphase Medienpraxis - Konzept und Redaktion</b>				X				Selbststudium: 125	6	Praxisbericht	
<b>Personal Communications 6cp</b>								35/60/6	1,2,3,4,5	Klausur 120 Minuten	1/36
Präsentationen und Meetings					3						
Verhandlungsführung und Verkaufstechniken					3						
<b>Praxisphase Personal Communications</b>				X				Selbststudium: 35	6	Praxisbericht	
<b>Marketing-Controlling 4cp</b>								15/55/4	1,2,3,4	Klausur 90 Minuten	1/36
Marketing Controlling					4						
<b>Praxisphase Grundlagen der Unternehmenskommunikation</b>				X				Selbststudium: 30	6	Praxisbericht	
<b>General Management</b>											
<b>Grundlagen der BWL 6 cp</b>								25/100/6	1,2,3,4,5	Klausur 120 Minuten	1/30
Einführung in die Betriebswirtschaftslehre	6										
<b>Praxisphase Grundlagen der BWL</b>	X							Selbststudium: 25	6	Praxisbericht	
<b>Marketing I 4 cp</b>								15/65/4	1,2,3,4	Klausur 90 Minuten	1/45
Marketing I: Grundlagen und Strategien	4										
<b>Praxisphase Marketing I</b>	X							Selbststudium: 20	6	Praxisbericht	
<b>Grundlagen der VWL 4 cp</b>								10/75/4	1,2,3,4	Klausur 90 Minuten	1/45
Grundlagen der VWL und Mikroökonomie	4										
<b>Praxisphase Grundlagen der VWL</b>	X							Selbststudium: 15	6	Praxisbericht	
<b>Einführung in das Rechnungswesen 6 cp</b>								20/95/6	1,2,3,4	Klausur 120 Minuten	1/30
Finanzbuchhaltung				3							
Kostenrechnung I				3							
<b>Praxisphase Einführung in das Rechnungswesen</b>	X							Selbststudium: 35	6	Praxisbericht	
<b>Wissenschaftliches Arbeiten und Statistik 7cp</b>								25/115/7	1,2,3,4,5	Hausarbeit	3/77
Wissenschaftliches Arbeiten		3,5									
Wirtschaftsstatistik		3,5									
<b>Praxisphase Wissenschaftliches Arbeiten und Lernmethoden</b>	X							Selbststudium: 35	6	Praxisbericht	
<b>Unternehmensführung und Personalmanagement 6cp</b>								25/100/6	1,2,3,4,5	Klausur 120 Minuten	1/30
Unternehmensführung und Personalmanagement				3							
Arbeitsrecht				3							
<b>Praxisphase Unternehmensführung und Personalmanagement</b>				X				Selbststudium: 25	6	Praxisbericht	
<b>Wirtschaftsrecht 5cp</b>								20/65/5	1,2,3,4,5	Klausur 120 Minuten	1/36
Bürgerliches Recht				3							
Handels- und Gesellschaftsrecht				2							
<b>Praxisphase Wirtschaftsrecht</b>				X				Selbststudium: 20	6	Praxisbericht	
<b>Wirtschaftsinformatik und neue Medien 4cp</b>								10/75/4	1,2,3,4	Klausur 90 Minuten	1/45
Grundlagen der Wirtschaftsinformatik und der neuen Medien				4							
<b>Praxisphase Wirtschaftsinformatik und neue Medien</b>				X				Selbststudium: 15	6	Praxisbericht	

Steuern und Bilanzen 3cp								20/105/6	1,2,3,4	Klausur 120 Minuten	1/30
Einführung ins Steuerrecht				3							
Externes Rechnungswesen und Bilanzanalyse				3							
Praxsphase Steuern und Bilanzen			X					Selbststudium: 25	6	Praxisbericht	
Unternehmerische Entscheidungsgrundlagen 3cp								25/165/9	1,2,3,4,5	Klausur 120 Minuten	1/20
Investitions- und Finanzierungsentscheidungen				5							
Kostenrechnung II und Controlling				4							
Praxsphase Unternehmerische Entscheidungsgrundlagen			X					Selbststudium: 35	6	Praxisbericht	
Wirtschaftsethik 3cp								20/45/3	1,2,3,4,5	Hausarbeit / Präsentation	1/60
Wirtschaftsethik				3							
Praxsphase Wirtschaftsethik			X					Selbststudium: 10	6	Praxisbericht	
Wahlmodul 1 (beispielhaft)						15		55/210/15	1,2,3,4,5	Hausarbeit + Präsentation	1/12
Praxsphase Wahlmodul 1 (beispielhaft)					X			Selbststudium: 110	6	Praxisbericht	
Wahlmodul 2 (beispielhaft)						15		75/190/15	1,2,3,4,5	Hausarbeit + Präsentation	1/12
Praxsphase Wahlmodul 2 (beispielhaft)					X			Selbststudium: 110	6	Praxisbericht	
						12		0 / 300/ 12		Bachelorthesis	1/15
											1
<b>CP pro Semester</b>	<b>26</b>	<b>24</b>	<b>26</b>	<b>25</b>	<b>24</b>	<b>28</b>	<b>27</b>				<b>180</b>
Workload pro Semester	650	600	650	625	600	700	675	4.500			

## Kommunikation und Medienmanagement - Teilzeitvariante (8 Semester)

Veranstaltungsbezeichnung	Semester								Workload Präsenzzeiten (Online-Tutorium + Präsenzseminar) / Selbststudium (Übrige Lernorte) / Credit-Points	Veranstaltungsform 1.Lehrheft, 2.Online-Vorlesung,3. Online-Tutorium, 4. Online-Übung, 5.Präsenzseminar, 5. Betrieb	Prüfungleistungen	Gewicht für Gesamtnote
	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.				
<b>Studiengangspezifische Module</b>												
Einführung in die Kommunikationswissenschaft und Medienökonomie 7cp									25/150/7	1,2,3,4,5	Klausur 120 Minuten	1/30
Kommunikationswissenschaft und Medienökonomie	7											
Grundlagen des Ideen-, Innovations- und Projektmanagement 6cp									25/100/5	1,2,3,4,5	Klausur 90 Minuten	1/38
Ideen- und Innovationsmanagement	2,5											
Projektmanagement	2,5											
Konsumentenverhalten und Marktforschung 8cp									25/125/6	1,2,3,4,5	Klausur 120 Minuten	1/30
Konsumentenverhalten und Marktforschung		6										
Kommunikations- und Markenmanagement 6cp									25/100/5	1,2,3,4,5	Klausur 120 Minuten	1/38
Kommunikations- und Markenmanagement		5										
Grundlagen der Unternehmenskommunikation 6cp									25/100/5	1,2,3,4,5	Klausur 120 Minuten	1/30
Grundlagen der Unternehmenskommunikation			5									
Grundlagen Online-Marketing und Social Media 6cp									15/110/5	1,2,3,4	Klausur 120 Minuten	1/38
Online-Marketing und Social Media			5									
Medienrecht 6cp									25/100/5	1,2,3,4,5	Klausur 120 Minuten	1/38
Medienrecht				5								
Medienmarketing 6cp									25/100/5	1,2,3,4,5	Klausur 120 Minuten	1/38
Medienmarketing				5								
Internationale Medien 6cp									25/100/5	1,2,3,4,5	Klausur 120 Minuten	1/38
Internationale Medien				5								
Medienpraxis - Konzept und Redaktion 16cp									80/295/15	1,2,3,4,5	Hausarbeit / Präsentation	1/12
Konzept, Redaktion und Produktion – Print					5							
Konzept, Redaktion und Produktion – TV / Radio					5							
Konzept, Redaktion und Produktion – Digital					5							
International Marketing 6cp									25/100/5	1,2,3,4,5	Klausur 120 Minuten	1/38
International Marketing					5							
Marketing-Controlling 4cp									15/85/4	1,2,3,4	Klausur 90 Minuten	1/38
Marketing Controlling						4						
Personal Communications 6cp									35/115/6	1,2,3,4,5	Klausur 120 Minuten	1/38
Präsentationen und Meetings								3				
Verhandlungsführung und Verkaufstechniken								3				

<b>General Management</b>																		
Grundlagen der BWL 8 op										25/125/6	1,2,3,4,5	Klausur 120 Minuten	1/30					
Einführung in die Betriebswirtschaftslehre	6																	
Marketing I 4 op										15/85/4	1,2,3,4	Klausur 90 Minuten	1/46					
Marketing I: Grundlagen und Strategien	4																	
Einführung in das Rechnungswesen 8 op										20/130/6	1,2,3,4	Klausur 120 Minuten	1/30					
Finanzbuchhaltung		3																
Kostenrechnung I		3																
Wissenschaftliches Arbeiten und Statistik 7op										25/150/7	1,2,3,4,5	Hausarbeit	3/77					
Wissenschaftliches Arbeiten		3,5																
Wirtschaftsstatistik		3,5																
Wirtschaftsrecht 6op										20/105/5	1,2,3,4,5	Klausur 120 Minuten	1/38					
Bürgerliches Recht			3															
Handels- und Gesellschaftsrecht			2															
Wirtschaftsinformatik und neue Medien 4op										10/90/4	1,2,3,4	Klausur 90 Minuten	1/46					
Grundlagen der Wirtschaftsinformatik und der neuen Medien			4															
Grundlagen der VWL 4 op										10/90/4	1,2,3,4	Klausur 90 Minuten	1/46					
Grundlagen der VWL und Mikroökonomie			4															
Unternehmensführung und Personalmanagement 8op										25/125/6	1,2,3,4,5	Klausur 120 Minuten	1/30					
Unternehmensführung und Personalmanagement				3														
Arbeitsrecht				3														
Wirtschaftsethik 3op										20/55/3	1,2,3,4,5	Hausarbeit / Präsentation	1/60					
Wirtschaftsethik					3													
Steuern und Bilanzen 8op										20/130/6	1,2,3,4	Klausur 120 Minuten	1/30					
Einführung ins Steuerrecht						3												
Externes Rechnungswesen und Bilanzanalyse						3												
Unternehmerische Entscheidungsgrundlagen 8op										25/200/9	1,2,3,4,5	Klausur 120 Minuten	1/20					
Investitions- und Finanzierungsentscheidungen							5											
Kostenrechnung II und Controlling							4											
Wahlmodul 1 (beispielhaft)							15			70/305/15	1,2,3,4,5	Hausarbeit + Präsentation	1/12					
Wahlmodul 2 (beispielhaft)							15			90/285/15	1,2,3,4,5	Projektarbeit + Präsentation	1/12					
										0 / 300/ 12		<b>Bachelorthesis</b>	1/16					
													1					
<b>CP pro Semester</b>													<b>180</b>					
<b>Workload pro Semester</b>										550	600	575	525	575	625	600	450	4.500

Die Prüfungsordnung und die Studienordnung, die den Ablauf der Studiengänge, Regelstudienverlauf sowie die Prüfungsanforderungen regeln, sind auf der Homepage der Hochschule veröffentlicht.

Nach Angaben der Hochschule soll die zweigeteilte Semesterstruktur in allen Varianten der beiden Studiengänge der Studierbarkeit dienen. Hierüber soll erreicht werden, dass sich der Studierende in der Regel nur auf zwei, höchstens drei Module gleichzeitig konzentrieren muss und diese auch jeweils bereits nach einer Semesterhälfte abschließen kann. Die Prüfungen werden daher nach der Semesterhälfte angeboten, in der die Lehrveranstaltungen des Moduls liegen. Es besteht aber auch die Möglichkeit, die Prüfungen bei Bedarf erst nach der folgenden Semesterhälfte abzulegen. Damit soll erreicht werden, dass die Prüfungsbelastung individuell terminiert werden kann, um auf besondere Gegebenheiten, wie zum Beispiel eine temporäre hohe Arbeitsbelastung im Praxisbetrieb, reagieren zu können.

In dem Vollzeitstudium werden pro Semester 30 CPs also ein Workload von 750 Stunden veranschlagt.

Regulär Vollzeitbeschäftigte werden dem Teilzeitstudium zugerechnet. Auch in dem Teilzeitstudium ist die Arbeitsbelastung relativ gleichmäßig verteilt, pro Semester werden zwischen 18 und 25 CP bzw. pro Jahr zwischen 42 und 48 CP veranschlagt. Damit reduziert sich die Arbeitsbelastung jeweils um 125-300 Stunden pro Semester gegenüber den Vollzeitstudierenden.

In der Dualen Variante ist der Workload mit 24- 28 CP pro Semester ebenfalls gleichmäßig über die Semester verteilt. Einen großen Teil des Selbststudiums können die Studierenden dadurch, dass die Ausbildungsstätte sich verpflichtet hat, dafür zu sorgen, dass dem Studierenden die Kenntnisse, Fertigkeiten und beruflichen Erfahrungen vermittelt werden, die zum Erreichen der Qualifikationsziele nach dem Modulhandbuch des Studienganges erforderlich sind, im Betrieb ableisten. Dies wird durch die Praxisberichte abgeprüft.

Für die Betreuung und Beratung der Studierenden (wissenschaftliche Betreuung und Studienberatung) stehen Mitarbeiter und Lehrpersonal zur Verfügung. Die Lehrenden stehen den Studierenden bei fachlichen Fragen – insbesondere auch im Rahmen des Selbststudiums (bspw. im Rahmen der selbstständigen Bearbeitung der Online-Übungen) – zur Verfügung. Die regelmäßig zu den verschiedenen Modulen stattfindenden Online-Tutorien unterstützen in ihrer Interaktivität den Lernprozess der Studierenden und helfen diesen bei Problemen oder offenen Fragen zum Lehrstoff. Mit den Dozenten der jeweiligen Module können Fragen per E-Mail geklärt werden, aber auch Telefontermine sowie persönliche Termine vor Ort vereinbart werden. Eine besonders intensive Betreuung soll im Rahmen der Bachelor-Arbeit stattfinden, so die Hochschule.

Behinderten Studierenden wird gemäß § 15 Abs. 4 ein Nachteilsausgleich gewährt. Nachteilsausgleichende Maßnahmen können danach insbesondere die Verlängerung der Dauer bzw. der Bearbeitungszeit von Prüfungen, die Unterbrechung von zeitabhängigen Prüfungsleistungen durch individuelle Erholungspausen, das Splitten von Prüfungsleistungen in Teilleistungen, der Ersatz von schriftlichen durch mündliche Leistungen, der Ersatz von mündlichen durch schriftliche Leistungen und das Zulassen und ggf. auch Bereitstellen von Hilfsmitteln, Assistenzleistungen, adaptierten Prüfungsunterlagen und/oder gesonderten Prüfungsräumen.

## Bewertung:

Die Struktur dient der Umsetzung des Curriculums und fördert den Kompetenzerwerb der Studierenden. Die Studiengänge sind modularisiert; dabei sind die Workload-Angaben klar und nachvollziehbar hergeleitet. Die Module umfassen in der Regel mindestens 5 CP, die Gutachter sehen die Ausnahmen als von der Hochschule plausibel begründet an. Ferner sind die Studiengänge so gestaltet, dass sie Zeiträume für Aufenthalte an anderen Hoch-

schulen und in der Praxis ohne Zeitverlust bieten. Die Modulbeschreibungen enthalten alle erforderlichen Informationen gemäß KMK-Strukturvorgaben. Der Studienverlauf und die Prüfungsanforderungen sind dokumentiert und veröffentlicht.

Es existiert ferner eine rechtskräftige Prüfungsordnung, die einer Rechtsprüfung unterzogen wurde. Die Vorgaben für den Studiengang sind darin unter Einhaltung der nationalen und landesspezifischen Vorgaben umgesetzt. Anerkennungsregeln für an anderen Hochschulen erbrachte Leistungen gemäß der Lissabon Konvention und außerhochschulisch erbrachte Leistungen sind festgelegt. Ein Anspruch auf Nachteilsausgleich für Studierende mit Behinderung hinsichtlich zeitlicher und formaler Vorgaben im Studium sowie bei allen abschließenden oder studienbegleitenden Leistungsnachweisen ist sichergestellt. Die Abschlussnote wird auch mit einer relativen Note oder einer Einstufungstabelle nach ECTS angegeben.

Die Studierbarkeit wird durch die Berücksichtigung der erwarteten Eingangsqualifikationen, eine geeignete Studienplangestaltung, eine plausible Workloadberechnung, eine adäquate und belastungsangemessene Prüfungsdichte und -organisation sowie Betreuungs- und Beratungsangebote gewährleistet. Auch die Bearbeitungszeit der Bachelor-Arbeit betrachten die Gutachter aufgrund der Tatsache, dass diese parallel zu den Veranstaltungen im sechsten, siebten bzw. achten Semester (je nach Variante) erfolgt, als angemessen. Darüber hinaus werden die Belange von Studierenden mit Behinderung berücksichtigt. Der tatsächliche Workload sollte im Sinne der Studierbarkeit im Rahmen der Re-akkreditierung überprüft werden.

	Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
3.2 Strukturelle Umsetzung			
3.2.1 Struktureller Aufbau und Modularisierung	x		
3.2.2 Studien- und Prüfungsordnung	x		
3.2.3 Studierbarkeit	x		

### 3.3 Didaktisches Konzept

Die Konzeption der Studiengänge sieht vor, dass die theoretischen Kenntnisse im Fernstudium vermittelt werden und weist für diesen Teil einen höheren Anteil an Selbststudienzeit als an Präsenzzeit aus. Dieses Selbststudium bedarf einer besonderen Unterstützung durch dafür speziell entwickeltes Lehrmaterial. Neben den fernstudienspezifischen Lehrheften verfolgt das didaktische Konzept der IST-Hochschule für Management ein integriertes Konzept unterschiedlicher Vermittlungsformen, in der in den Modulbeschreibungen jeweils vermerkten, spezifischen Aufteilung.

Alle Lehrhefte werden mit Semesterbeginn versendet, um den Studierenden möglichst frühzeitig die Möglichkeit zu geben, in die Selbstlernphase einzusteigen. Durch das zusätzliche Angebot von Online-Vorlesungen und Online-Tutorien mit entsprechenden Online-Übungen wird die Thematik umfassend vermittelt und mit Beispielen vertieft. Auf die Online-Vorlesungen, Online-Übungen und die Aufzeichnungen der Online-Tutorien zu dem Modul können die Studierenden jederzeit über den Online-Campus zugreifen.

Zu beachten ist ferner die Zweiteilung der Veranstaltungen zu den Modulen im Semester. Dadurch soll erreicht werden, dass sich der Studierende in der Regel nur auf zwei, höchstens drei Module gleichzeitig konzentrieren muss und diese bereits auch jeweils nach einer Semesterhälfte abschließen kann. Die Prüfungen werden jeweils nach der Semesterhälfte angeboten, in der die Lehrveranstaltungen des Moduls liegen.

Einen wichtigen Schwerpunkt innerhalb der dualen Variante bildet die Ausbildungsstätte als Lernort für die Vermittlung von praktischen Fähigkeiten, so dass sich je nach Modul ein gewisser Anteil des Selbststudiums auf den Betrieb verlagert.

Neben den Studienheften erfolgt die Vermittlung der Studieninhalte im Blended Learning Ansatz. Die nachfolgend aufgeführten Lernorte/Methoden orientieren sich jeweils an dem Gliederungsschema und den Lernzielen des zugehörigen Studienheftes.

Online-Vorlesungen sind als nicht interaktive Veranstaltungen ausgelegt und können von den Studierenden zeitlich unabhängig online angesehen werden. Sie dienen dem besseren Verständnis der Inhalte der Studienhefte und ergänzen diese mit Beispielen zum besseren Verständnis. Vorlesungen zu einzelnen Inhalten können darüber hinaus von Gastreferenten aus der Kommunikations-, Medien- und Eventbranche gehalten werden, wodurch besondere Einblicke in die aktuelle Praxis ermöglicht werden. Studierende, denen eine ausschließliche Vermittlung der Inhalte durch schriftliche Materialien nicht gerecht wird, können so die wesentlichen Inhalte zusätzlich in audiovisueller Form rezipieren oder einzelne Inhalte vertiefen. Der Lehrende teilt die wesentlichen Lehrinhalte der Studienhefte in sinnvolle Inhalte von max. 30 Minuten Länge ein und ergänzt diese um zusätzliche Beispiele. Zu den jeweiligen Online-Vorlesungen (Vodcasts) werden jeweils die korrespondierenden Inhalte der dazugehörigen Studienhefte benannt. Gleichzeitig werden diese im Online-Campus passend zum jeweiligen Modul abgelegt. Die Vorlesungen bleiben jeweils in einer Mediathek über das gesamte Studium online, sodass der Studierende jederzeit nochmals auf Inhalte zugreifen kann.

Online-Tutorien sind interaktiv angelegt und werden mittels der virtuellen Klassenzimmer-Software Adobe Connect verwirklicht. Tutor und Studierende treffen sich pro Modul zu 5 festgelegten Terminen im Semester in diesem virtuellen Raum. Die Online-Tutorien dienen zum einen dazu, dass die Studierenden die Möglichkeit erhalten, offene Fragen zu klären, die sich aus der Lektüre der Studienhefte und dem Betrachten der Online-Vorlesungen ergeben haben. Zum anderen dienen sie dazu, dass die Studierenden anhand von Fallbeispielen und konkreten Übungsaufgaben das zuvor theoretisch vermittelte Wissen erstmals anwenden sollen. Des Weiteren besteht die Möglichkeit für die Studierenden, sich über die Erfahrungen im Praxisbetrieb und der Anwendung der Studieninhalte in der Praxis auszutauschen. Die Mitschnitte der Tutorien werden außerdem auch als Vodcasts im Online-Campus bereitgestellt.

Online-Übungen bestehen aus online bereitgestellten Übungsaufgaben oder Fallstudien zu den Lehrinhalten der jeweiligen Module, die von den Studierenden je nach Aufgabenstellung allein oder in der Gruppe bearbeitet werden können. Die erarbeiteten Lösungen werden in den Online-Tutorien unter den Studierenden diskutiert. Gemeinsam mit dem Tutor wird dann eine Musterlösung erarbeitet. Außerhalb der Online-Tutorien stehen den Studierenden im Online-Campus ein Forum und Chat zur Verfügung, um gemeinsam an den Übungsaufgaben zu arbeiten. Darüber hinaus nutzen die Studierenden auch den virtuellen Klassenraum in Adobe Connect zum Austausch bzw. setzen auf weitere Instrumente des Web 2.0 wie beispielsweise Facebook, Dropbox, Google Plus etc.

In den Präsenzseminaren werden vor allem überfachliche Inhalte, psychomotorische Inhalte und Soft Skills vermittelt sowie die Anwendungen des Erlernten gefördert. Bei einigen Modulen ist daher die Teilnahme an Präsenzseminaren verpflichtend. Dies betrifft vor allem die Spezialisierungsmodule, in denen trainingsspezifische Inhalte vermittelt werden. In diesen Bereichen ist die Seminarteilnahme regelmäßig Prüfungsvoraussetzung, zumal eine Anwesenheit erforderlich ist, da oftmals zum Ende des Seminars auch eine Prüfungsleistung erbracht werden muss.

Die duale Variante der beiden Studiengänge setzt voraus, dass eine vertragliche Zusammenarbeit mit einem Ausbildungsbetrieb aus der Kommunikations-, Event- und/oder Medienbranche besteht. Die Studierenden werden dort in die betrieblichen Abläufe integriert und erlernen durch die besondere Vernetzung von theoretischem Studium und praktischer Ausbildung, abteilungs- und modulrelevante spezifische praktische Fähigkeiten. Durch die Modulhandbücher, welche die zu erlernenden praktischen und theoretischen Fähigkeiten definieren, und dem modulspezifischen Praxisbericht ist die Vernetzung aus theoretischem Erlernen und praktischer Vermittlung von Fähigkeiten im Betrieb sichergestellt. Im Praxisbericht werden die Tätigkeiten und Arbeitsbereiche des Studierenden innerhalb des Betriebes dokumentiert. Dadurch kann überprüft werden, ob die modulspezifischen Lerninhalte auch im Ausbildungsbetrieb umgesetzt wurden.

Im Rahmen des Zeitkontingentes der Online-Vorlesung oder des Online-Tutoriums können modulbezogene Inhalte oder supra-curricular allgemeine Inhalte darüber hinaus auch in besonderen Veranstaltungen wie Gastvorträgen, Demonstrationen, Diskussionen, Unterrichtsgesprächen, Exkursionen etc. vermittelt werden. Die Veranstaltungen bleiben in der Regel online abrufbar, sofern dem keine besonderen Gründe entgegenstehen.

Die IST-Hochschule für Management verfügt über eine Online-Plattform, auf der begleitende Lehrveranstaltungsmaterialien, wie z.B. Lehrhefte zu jedem Modul, online hochgeladen werden. Dies schließt die zusätzliche Zusendung der Lehrhefte per Post nicht aus, erleichtert den Studierenden aber den Zugang zu ihren Unterlagen sowie deren Archivierung. So erlauben die in Lerneinheiten gegliederten Lehrhefte den Studierenden, ihren Lernprozess in überschaubaren Lernabschnitten (mit Wiederholung und Lernkontrolle) zu gestalten. Zu Beginn jedes Kapitels gibt es eine Lernorientierung, in welcher die zu vermittelnden Kenntnisse benannt werden. Durch Lernkontrollfragen am Ende des Kapitels können die Studierenden ihr Wissen überprüfen. Das Angebot dieser Lehrhefte wird ergänzt durch Literaturhinweise und aktuelle Fachliteratur.

### Bewertung:

Das didaktische Konzept der Studiengänge ist nachvollziehbar und auf das Studiengangsziel hin ausgerichtet. In den Studiengängen sind adäquate Lehr- und Lernformen vorgesehen. Die begleitenden Lehrveranstaltungsmaterialien entsprechen dem zu fordernden Niveau und sind zeitgemäß.

	Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
3. Didaktisches Konzept	x		

## 4 Wissenschaftliches Umfeld und Rahmenbedingungen

### 4.1 Personal

Nach Angaben der Hochschule sind vier Personen mit Genehmigung des Ministeriums zum Professor ernannt worden. Die Professuren werden nach Bedarf von einem oder mehreren wissenschaftlichen Mitarbeitern bei der Durchführung der Online- Tutorien unterstützt. Geplant ist noch eine weitere Professur für den Bereich Kommunikation und Management. Als Ergänzung zu den hauptamtlich Lehrenden werden einige Pflichtmodule von Lehrenden anderer Hochschulen, bzw. berufungsfähigen Lehrbeauftragten allein betreut oder in Zusam-

menarbeit mit einem oder mehreren hauptamtlich Lehrenden angeboten. Weiterhin werden Lehrbeauftragte in vielen Vertiefungen eingesetzt, um einen aktuellen Bezug zur Berufspraxis zu gewährleisten bzw. den für das jeweilige Thema am besten geeigneten Lehrenden zu gewinnen, so die Hochschule.

Die vollständige Besetzung der haupt- und nebenberuflichen Lehrenden für die neuen Studiengänge steht noch bevor, da der Studienbetrieb erst im Oktober 2015 beginnt. Die Lebensläufe der eingeplanten Lehrenden, die bereits feststehen, wurden eingereicht. Ebenfalls wurde eine Lehrverflechtungsmatrix eingereicht, nach der der Anteil der von hauptamtlich Lehrenden gelehrten Lehrveranstaltungen ca. 58 Prozent beträgt. Diese weist jedoch aus den oben genannten Gründen noch etliche nicht namentliche Nennungen auf.

Voraussetzung für die Berufung der hauptamtlich lehrenden Professoren der IST-Hochschule für Management war u.a. eine einschlägige Berufserfahrung. Bei der Auswahl der Lehrbeauftragten wurde ebenfalls eine ausreichende Praxisverfahrung vorausgesetzt.

Alle benannten Personen haben durch Lehraufträge an Hochschulen sowie in der beruflichen Bildung umfangreiche Lehrerfahrung gesammelt. Darüber hinaus wird von den berufenen Professoren der Besuch von spezifischen hochschuldidaktischen Seminaren erwartet. Alle anderen Lehrenden sind oder waren in der Regel bereits an anderen Hochschulen tätig und dokumentieren damit ihre pädagogisch/ didaktische Qualifikation. Der geringe Teil der nicht berufenen und nicht zu berufenen Lehrenden qualifiziert sich durch die einschlägige praktische Lehrerfahrung in der beruflichen und/oder akademischen Bildung. Dieser Gruppe wird die Gelegenheit zum Besuch von spezifischen hochschuldidaktischen Seminaren gegeben. Bei Bedarf haben auch die übrigen Lehrenden die Möglichkeit an Weiterbildungsmaßnahmen teilzunehmen.

Der Studiengangsleiter ist verantwortlich für alle Fragen hinsichtlich des jeweiligen Studienganges, er hat jedoch wesentliche Änderungen mit dem Fachbereichsrat und dem Präsidium abzustimmen. Insbesondere koordiniert er die Abläufe aller im Studiengang Mitwirkenden und trägt Sorge für einen störungsfreien Ablauf des Studienbetriebes.

Zur Unterstützung und Betreuung der Studierenden und der Lehrenden steht Personal aus verschiedenen Bereichen der IST-Hochschule für Management zur Verfügung. Studierende können darüber hinaus verschiedene internetgestützte Angebote, so zum Beispiel den Abruf der Studienhefte, Online-Vorlesungen und Aufzeichnungen der Online-Tutorien, des eigenen Notenspiegels, der Benotung einzelner Prüfungsleistungen oder Informationen zu den Präsenzphasen (z.B. Termine, Hintergrundinformationen zum Dozenten, Anfahrtsbeschreibungen, Hotelhinweise etc.), wahrnehmen. Die Nachvollziehbarkeit und Bewertung der eigenen Lernprozesse und Lernfortschritte ist somit jederzeit möglich. Insgesamt verfügt die Hochschule über 14,5 Stellen, die für die zentralen Bereiche zuständig sind. Die Verwaltungsunterstützung beinhaltet folgendes Personal:

Die Nachvollziehbarkeit und Bewertung der eigenen Lernprozesse und Lernfortschritte ist somit jederzeit möglich. Der Studierende kann auf Wunsch auch Klausureinsicht nehmen.

Insgesamt verfügt die Hochschule über folgendes Personal aus zentralen Bereichen:

- 2,5 Mitarbeiter für die Anmeldung/Immatrikulation
- 1 Mitarbeiter für das Prüfungsamt
- 2,5 Mitarbeiter für die Buchhaltung
- 1 Mitarbeiter für die zentrale Studienberatung
- 1,5 Mitarbeiter für die Präsenzphasenplanung
- 2 Mitarbeiter für die Präsenzphasenorganisation
- 2 Mitarbeiter für die Lehrmaterialkoordination und den -versand
- 2 Mitarbeiter für den technischen Support

Personal für die Verwaltungsunterstützung des jeweiligen Bachelor-Programms:

- 1 Studiengangsleiter
- 3–4 Mitarbeiter für die Beratung von Interessenten und Betreuung der Studenten
- 1 Mitarbeiter im Bereich PC-/Internetunterstützung
- Service-Hotline

Weiterbildungsmaßnahmen in Form von Seminaren, Schulungen, Sprachangeboten u.a. für Verwaltungsmitarbeiter werden angeboten.

## Bewertung:

Die Gutachter hatten anhand der Lebensläufe und durch die Gespräche mit den Lehrenden einen guten Eindruck von der Qualifikation des bisher eingesetzten Lehrpersonals. Die Kompetenz im Bereich Medienrecht erachten die Gutachter aufgrund der beruflichen Erfahrung des Lehrpersonals als ausreichend, allerdings im Hinblick auf Lehrpersonal, welches Publikationen in diesem Bereich vorzuweisen hat, auch als ausbaufähig. Vor dem Hintergrund, dass die Besetzung der Lehrenden für den neuen Studiengang noch nicht weit fortgeschritten ist und um sich ein umfassendes Bild von der Qualifikation des Lehrpersonals machen zu können, empfehlen die Gutachter die folgende **Auflage**: Die adäquate Durchführung des Studienganges wird hinsichtlich der qualitativen und quantitativen personellen Ausstattung nachgewiesen (Rechtsquelle: Kriterium 2.7 „Ausstattung“ der Regeln des Akkreditierungsrates).

Die Studiengangsleitung organisiert und koordiniert die Beiträge aller in den Studiengängen Mitwirkenden und trägt Sorge für einen störungsfreien Ablauf des Studienbetriebes. Die Studiengangsorganisation gewährleistet die Umsetzung der Studiengangskonzepte.

Die Verwaltungsunterstützung ist gewährleistet. Die Gutachter regen an, die personellen Ressourcen bzgl. der Prüfungsorganisation im Hinblick auf das kontinuierliche Wachstum der Hochschule und die damit steigende Zahl von Prüfungen aufzustocken. Maßnahmen zur Personalentwicklung und -qualifizierung des Verwaltungspersonals sind vorhanden.

		Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
4.1	Personal			
4.1.1	Lehrpersonal		Auflage	
4.1.2	Studiengangsleitung und Studienorganisation	x		
4.1.3	Verwaltungspersonal	x		

## 4.2 Kooperationen und Partnerschaften (falls relevant)

Die Kooperation mit Unternehmen ist aufgrund der dualen Variante immanenter Bestandteil des Studienganges. Die potentiellen Kooperationspartner der Hochschule werden in Vorgesprächen über die Anforderungen informiert.

Einzelheiten werden im Kooperationsvertrag zwischen der Hochschule und dem Unternehmen verbindlich festgelegt. Unter anderem sind dort folgende Punkte geregelt:

- Die Ausbildungsstätte schließt einen dualen Studien- und Ausbildungsvertrag zum Bachelor of Arts „Kommunikation und Eventmanagement“ bzw. Bachelor of Arts „Kommunikation und Medienmanagement“ mit dem Studierenden. Gegenstand dieses Vertrages ist der Teil der Ausbildung, welcher nach dem Modulhandbuch des Studienganges der IST-Hochschule für Management obliegt.

- Die Ausbildungsstätte erklärt sich bereit, den Studierenden für eine Dauer von 7 Semestern auszubilden.
- Für die gesamte Dauer des Studiums wird ein individueller Studien- und Ausbildungsplan erstellt. Die Verknüpfung von Studien- und Ausbildungsphasen wird durch das Modulhandbuch des Studienganges und durch die Studien- und Prüfungsordnung sichergestellt.
- Des Weiteren verpflichtet sich die Ausbildungsstätte, dafür zu sorgen, dass dem Studierenden die Kenntnisse, Fertigkeiten und beruflichen Erfahrungen vermittelt werden, die zum Erreichen der Qualifikationsziele nach dem Modulhandbuch des Studienganges erforderlich sind.
- Die Ausbildungsstätte verpflichtet sich, die praktische Ausbildung in Anlehnung an das Modulhandbuch bzw. die Praxisberichte so durchzuführen, dass das Ausbildungsziel in der vorgesehenen Zeit erreicht werden kann.
- Die Ausbildungsstätte verpflichtet sich, dem Studierenden ausreichend Zeit für das Selbststudium gemäß dem Modulhandbuch zu gewähren.
- Die Ausbildungsstätte verpflichtet sich, den Studierenden zu den Prüfungs- und Seminarterminen freizustellen.
- Die Ausbildungsstätte wird dem Studierenden im siebten Semester die Möglichkeit geben, sich im Zuge der Erstellung der Bachelor-Arbeit schwerpunktmäßig mit projektbezogenen Arbeiten, idealerweise anlehnd an das Thema der Bachelor-Arbeit (in gemeinsamen Einvernehmen), im Unternehmen vertraut zu machen.
- Innerhalb der Ausbildungszeit wird der Studierende von einem Mitarbeiter (Ausbildungsbeauftragter) betreut. Der Mitarbeiter unterstützt den Studierenden auch bei auftretenden Frage- und Problemstellungen aus dem Studienbereich. Ebenso steht der Ausbildungsbeauftragte des Betriebes der IST-Hochschule für Management als Ansprechpartner zur Verfügung.

Darüber hinaus gibt es einen dualen Ausbildungsvertrag zwischen dem Unternehmen und dem Studierenden in dem die oben genannten Punkte auch noch einmal festgehalten werden.

Die Praxispartner werden regelmäßig durch Vertreter der IST-Hochschule für Management besucht, um sicherzustellen, dass die dort „angesiedelten“ Lernziele bzw. -inhalte adäquat vermittelt werden. Zudem finden in regelmäßigen Abständen „Ausbilder-Workshops“ an der IST-Hochschule für Management statt, um die Praxispartner über die Abläufe des dualen Studienganges zu unterrichten und im gemeinsamen Austausch die in den einzelnen Modulen zu vermittelnden Lernziele und -inhalte zu besprechen.

Bei Problemen mit dem Ausbildungspartner versucht die Hochschule nach eigenen Angaben zu vermitteln oder bei der Suche nach einem neuen Ausbildungspartner behilflich zu sein. Es besteht für die Studierenden aber auch die Möglichkeit in die Teilzeit- oder Vollzeitvariante zu wechseln, so dass sie die Möglichkeit haben ihr Studium zum Ende zu führen.

## Bewertung:

Die Hochschule gewährleistet die Umsetzung und die Qualität der Studiengangskonzepte auch im Rahmen der dualen Variante. Umfang und Art bestehender Kooperationen sind beschrieben und die der Kooperation zu Grunde liegenden Vereinbarungen sind dokumentiert.

		Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
4.2	Kooperationen und Partnerschaften (falls relevant)	x		

## 4.3 Sachausstattung

Die beschriebenen Lernorte lassen sich in „Selbststudium am häuslichen Arbeitsplatz bzw. beim „Praxispartner im Betrieb“ und „Präsenzphase in der IST-Hochschule“ untergliedern. Am häuslichen/betrieblichen Arbeitsplatz kann der Student sowohl „offline“ in seinen Lehrmaterialien arbeiten als auch „online“ sich im Online-Campus bewegen. Um den Online-Campus mit seinem kompletten Leistungsangebot nutzen zu können, müssen die Studierenden über einen Computer mit Soundkarte, einen Internetanschluss (am besten DSL-Leitung) und ein Headset bzw. Webcam verfügen. Hierauf werden Interessenten bereits in den Beratungsgesprächen und bei der Anmeldung hingewiesen. Bei einer entsprechenden Einführungsveranstaltung am Anfang des Studiums werden den Studierenden die entsprechenden Funktionen des Online-Campus erläutert und Tipps und Hinweise für die technische Umsetzung zu Hause gegeben. Die Seminarräumlichkeiten der IST-Hochschule für Management sind multimedial ausgestattet und verfügen über Beamer, Whiteboards/Tafeln und Flipcharts. Ferner sind sie behindertengerecht gestaltet. Sie werden in regelmäßigen Abständen durch eine extern bestellte Fachkraft für Arbeitssicherheit begutachtet. Im Rahmen einer sog. Gefährdungsbeurteilung gem. § 5 Arbeitsschutzgesetz und § 3 Betriebssicherheitsverordnung sind hierbei alle Seminarräume begutachtet worden.

Entsprechend einer Abrede erhalten die Studierenden einen Zugang zu der Universitäts- und Landesbibliothek Düsseldorf. Dies beinhaltet einen umfassenden Zugang zu Fachliteratur und Online-Datenbanken. Die Bibliothek befindet sich unweit der IST-Hochschule für Management und ist in der Regel von 9–24 Uhr geöffnet, sodass die Studierenden insbesondere während der Präsenzphasen die Möglichkeit haben, das Präsenzangebot der Bibliothek zu nutzen. Daneben können Inhalte über Digibib bzw. über das Hochschulbibliothekszentrum des Landes Nordrhein-Westfalen online-recherchiert und Volltexte über Datenbanken eingesehen werden.

Zudem hat die Hochschule eine Kooperation mit der EBL, einem Anbieter von E-Book-Lizenzen, abgeschlossen. Dadurch haben die Studierenden die Möglichkeit aus einer thematisch sortierten Datenbank von über 170.000 Büchern auszuwählen. Alle Bücher können für eine bestimmte Zeit online durchstöbert werden. Falls das E-Book dem Studierenden interessant erscheint, kann er es bei der Hochschule bestellen. Durch ein entsprechendes Lizenzmodell ist gewährleistet, dass jeder Studierende Zugriff auf die erworbenen Bücher der Hochschule hat.

### Bewertung:

Die adäquate Durchführung der Studiengänge ist hinsichtlich der qualitativen und quantitativen räumlichen Ausstattung gesichert. Die Räume und Zugänge sind behindertengerecht ausgestattet und barrierefrei erreichbar.

Die Gutachter begrüßen die Bemühungen der Hochschule einen geeigneten Zugang zur Literatur aufzubauen, dieser reicht jedoch derzeit noch nicht aus, weil über die Kooperation mit EBL nicht die vollständige in den Modulbeschreibungen aufgeführte Literatur verfügbar ist. Dies erachten die Gutachter jedoch nicht zuletzt im Hinblick auf wissenschaftliches Arbeiten als unbedingt erforderlich. Zumindest die prüfungsrelevante Literatur sollte elektronisch zur Verfügung gestellt werden. Auf Nachfrage führte die Hochschule aus, dass die Studierenden auf Bibliotheken anderer Hochschulen oder Landes- bzw. Stadtbibliotheken ausweichen können. Hier bestehen aber keine Kooperationsvereinbarungen, abgesehen von der Abrede mit der Universitäts- und Landesbibliothek Düsseldorf. Außerdem ist das Ausweichen auf andere Bibliotheken nach Ansicht der Gutachter nicht zumutbar, insbesondere dann, wenn Studierende weit entfernt von anderen Hochschulen leben. Ferner verfügen Stadtbibliotheken nicht zwangsläufig über die entsprechende Fachliteratur.

Im Rahmen der Stellungnahme führte die Hochschule aus, dass sie über einen Bibliotheksbestand von über 1.000 Titeln verfüge und neben aktuellen Lehr- und Fachbüchern hierzu auch Fachzeitschriften gehören, die in Düsseldorf eingesehen werden können. In dieser Bibliothek sind auch alle Literaturangaben der Modulhandbücher vorhanden. Aufgrund der Natur eines Fernstudiums, bei dem die Studierenden regelmäßig nur einmal pro Quartal am Hochschulstandort anwesend sind, sei der Aufbau eines Ausleihbestandes wenig sinnvoll. Die Zur-Verfügung-Stellung von elektronischen Lizenzen sämtlicher Literatur in den Modulhandbüchern scheitere leider an der aktuellen Rechtesituation in Deutschland, da nicht alle Verlage ein Interesse daran haben, ihre Literatur auch elektronisch anzubieten. Die Hochschule werde sich nichtsdestotrotz in Zukunft neben der Zusammenarbeit mit der EBL, um weitere einzelne vertragliche Regelungen mit Verlagen bemühen. Die Pflichtlektüre für die Studierenden sei die in den Studiengängen eingesetzten Studienhefte. Die weiteren Literaturangaben in den Modulhandbüchern stellen lediglich Empfehlungen für Studierende dar, die tiefer in die jeweiligen Themen einsteigen möchten.

Die Gutachter erachten die ausschließliche Lektüre von Studienheften als nicht ausreichend für das Studium und sind der Ansicht, dass die in den Modulbeschreibungen aufgeführte Literatur den Studierenden seitens der Hochschule zur Verfügung gestellt werden sollte. Dies kann, sofern die Bücher elektronisch nicht verfügbar sind, auch durch eine von der Hochschule durchgeführte Fernleihe erfolgen.

Daher empfehlen die Gutachter folgende **Auflage**: Die adäquate Durchführung der Studiengänge hinsichtlich der Literaturausrüstung wird durch den Zugang der Studierenden zu der in den Modulbeschreibungen aufgeführten Literatur nachgewiesen (Rechtsquelle: Kriterium 2.7 „Ausstattung“ der Regeln des Akkreditierungsrates).

		Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
4.3	Sachausstattung			
4.3.1	Unterrichtsräume	x		
4.3.2	Zugangsmöglichkeiten zur erforderlichen Literatur		Auflage	

#### 4.4 Finanzausstattung (relevant für nichtstaatliche Hochschulen)

Die IST-Hochschule wird von der IST-Hochschule für Management GmbH getragen, deren alleiniger Zweck der Betrieb der Hochschule ist. Diese ist körperschaftssteuerliche und umsatzsteuerliche Organgesellschaft der IST-Studieninstitut-GmbH, die gleichzeitig einziger Gesellschafter ist. Es besteht ein Beherrschungs- und Ergebnisabführungsvertrag. Somit erfolgt die Finanzierung über das IST-Studieninstitut, welches die notwendigen Mittel entsprechend dem Anhang zur Finanzplanung und Finanzierung des Studienganges bereitstellt, sofern diese nicht durch Studienbeiträge gedeckt werden.

Die Hochschule finanziert sich durch Studiengebühren. Derzeit beträgt die monatliche Studiengebühr 325 €. Das IST-Studieninstitut hat im Rahmen eines Garantievertrages unwiderruflich und unbedingt die Verpflichtung übernommen, die durch den Hochschulbetrieb zukünftig entstehenden Kosten zu decken und bereits entstandene Verluste zu übernehmen. Zur Sicherung der Rechte der IST-Hochschul-GmbH aus diesem Vertrag hat die IST-Studieninstitut-GmbH eine selbstschuldnerische, unwiderrufliche, unbedingte und unbefristete Bürgschaft der Stadtsparkasse Düsseldorf unter Verzicht auf die Einrede der Anfechtung, der Aufrechnung und der Vorausklage in Höhe eines von einem vereidigten Wirtschaftsprüfer vorgeschlagenen, und vom Ministerium für Innovation, Wissenschaft, Forschung und Technologie NRW abschließend festgelegten Bürgschaftsbetrages, hinterlegt. Die Bürgschaftssumme wird gemäß Anerkennungsbescheid erstmalig im Jahre 2015 entsprechend der Studierendenzahlen und Kostenentwicklung angepasst und von einem Wirtschaftsprüfer bestä-

tigt. Sie ist so bemessen, dass ein laufender Studienzyklus in jedem Fall bis zum Abschluss durchlaufen werden kann.

## Bewertung:

Eine adäquate finanzielle Ausstattung der Studiengänge ist vorhanden, so dass sichergestellt ist, dass die Studierenden ihr Studium abschließen können.

		Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant erfüllt
4.4	Finanzausstattung		x	

## 5 Qualitätssicherung und Weiterentwicklung

Das IST-Studieninstitut ist seit 2008 nach DIN EN ISO 9001 zertifiziert, die IST-Hochschule hat ab Gründung ebenfalls das bestehende Qualitätsmanagementsystem übernommen und für ihre Ansprüche weiterentwickeln, so die Hochschule. Dementsprechend liegt ein umfassendes Konzept für die Qualitätssicherung und -entwicklung vor. Die für das Qualitätsmanagementsystem erforderlichen Prozesse und ihre Anwendung in der gesamten Organisation sind durch die IST-Prozesslandschaft festgelegt. Alle in der Prozesslandschaft benannten Prozesse sind mit Prozessbeschreibungen und ergänzenden Tätigkeitsbeschreibungen, Checklisten und Vorgabedokumenten ausführlich dargestellt.

Entsprechend den Normforderungen der DIN EN ISO 9001 sind auch die Abfolge und die Wechselwirkungen der Prozesse aufgezeigt, sodass auch das Zusammenwirken zwischen Hochschulleitung und Fachbereich sowie Studiengangleitung in der Studiengangentwicklung sichergestellt ist, so die Hochschule. Im Qualitätsmanagementhandbuch des IST-Studieninstitutes sind Zuständigkeiten und Befugnisse einschließlich Organigramm und entsprechende Stellenbeschreibungen geregelt. Die Verantwortung für die einzelnen Schritte in den Prozessbeschreibungen ist jeweils auf der vierten Seite eines Prozesses festgelegt. Zur Sicherung der Qualität unterliegt das gesamte IST-Qualitätsmanagementsystem, entsprechend der Forderungen der DIN EN ISO 9001, einem kontinuierlichem Verbesserungsprozess, der durch den Prozessablauf „IST-Prozesse evaluieren und optimieren“ sichergestellt ist. Hierzu gehört die jährliche Durchführung eines internen Systemaudits und die regelmäßige Evaluation aller in der Prozesslandschaft des IST-Studieninstitutes aufgezeigten Prozesse nach einem Auditprogramm, das über vier Jahre geplant ist. Weiterhin wird alle 12 Monate ein externes Überwachungsaudit und alle 36 Monate ein externes Re-Zertifizierungsaudit durchgeführt, so die Hochschule weiter. Die in den internen Systemaudits, internen Prozessaudits und externen Systemaudits erkannten Verbesserungsmöglichkeiten werden in Auditberichten festgehalten. Ergebnisse gehen in die Prozesse „Unternehmensplanung“ und „IST-Prozesse evaluieren und optimieren“ ein. Dort werden, entsprechend der Forderung der DIN EN ISO 9001, Vorbeuge- und Korrekturmaßnahmen festgelegt, sodass eine Überwachung und Messung der Prozesse sichergestellt ist. Studierendenbefragungen zu den Lehrveranstaltungen und den schriftlichen Lehrmaterialien sind festgeschriebene Vorgaben in dem bestehenden Qualitätsmanagementsystem. Ziel ist, eine Rückmeldung der Studierenden zur Lehrqualität, zu den Lehrinhalten und zur Studienorganisation zu erlangen, die dann systematisch ausgewertet wird und Einfluss auf künftige Qualität und Inhalt der Lehre, die strategische Weiterentwicklung der Organisation und die Organisationsabläufe hat, so die Hochschule. Zur Gesamtmodulevaluation wird den Studierenden ein umfassender Modulfragebogen, der alle wesentlichen Aspekte eines Moduls wie Inhalt, Qualität der einzelnen Veranstaltungen und den tatsächlich geleisteten Workload umfasst, nach Beendigung des jeweiligen Moduls online zur Verfügung gestellt und kann dort anonym ausgefüllt werden.

## Bewertung:

Ergebnisse des hochschulinternen Qualitätsmanagements werden bei den Weiterentwicklungen der Studiengänge berücksichtigt. Dabei berücksichtigt die Hochschule Evaluationsergebnisse, Untersuchungen der studentischen Arbeitsbelastung und des Studienerfolgs. Die Gutachter empfehlen den Studierenden die Ergebnisse der Evaluationen zurück zu spiegeln und in Zukunft auch Absolventen regelmäßig zu befragen und die Ergebnisse der Befragungen in die Weiterentwicklung einfließen zu lassen. Dies sollte im Rahmen einer allfälligen Re-Akkreditierung überprüft werden.

	Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
5. Qualitätssicherung und Weiterentwicklung	x		

# Qualitätsprofil

**Hochschule:** IST-Hochschule für Management, Düsseldorf

**Bachelor-Studiengänge:** Kommunikation und Eventmanagement (B.A.)  
Kommunikation und Medienmanagement (B.A.)

Beurteilungskriterien	Bewertungsstufen		
	Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
<b>1. Zielsetzung</b>	x		
<b>2. Zulassung</b>			
2.1 Zulassungsbedingungen			Auflage
2.2 Auswahl- und Zulassungsverfahren	x		
<b>3. Inhalte, Struktur und Didaktik</b>			
3.1 Inhaltliche Umsetzung			
3.1.1 Logik und konzeptionelle Geschlossenheit des Curriculums	x		
3.1.2 Begründung der Abschluss- und Studiengangsbezeichnung	x		
3.1.3 Prüfungsleistungen und Abschlussarbeit	x		
3.2 Strukturelle Umsetzung			
3.2.1 Struktureller Aufbau und Modularisierung	x		
3.2.2 Studien- und Prüfungsordnung	x		
3.2.3 Studierbarkeit	x		
3.3 Didaktisches Konzept	x		
<b>4. Wissenschaftliches Umfeld und Rahmenbedingungen</b>			
4.1 Personal			
4.1.1 Lehrpersonal			Auflage
4.1.2 Studiengangsleitung und Studienorganisation	x		
4.1.3 Verwaltungspersonal	x		
4.2 Kooperationen und Partnerschaften (falls relevant)	x		
4.3 Sachausstattung			
4.3.1 Unterrichtsräume	x		
4.3.2 Zugangsmöglichkeiten zur erforderlichen Literatur			Auflage
4.4 Finanzausstattung (relevant für nicht-staatliche Hochschulen)	x		
<b>5. Qualitätssicherung und Weiterentwicklung</b>	x		