

Bachelorstudienordnung der Brand University of Applied Sciences

für die Studiengänge

Brand Management (Bachelor of Arts)
Brand Design (Bachelor of Arts)

In der geänderten Fassung vom 01.04.2020

Inhalt

§ 1	Geltungsbereich
§ 2	Ziel des Studiums
§ 3	Studienabschluss
§ 4	Studienvoraussetzungen
§ 5	Studienbeginn und Studiendauer
§ 6	Aufbau des Studiums
§ 7	Studienberatung
§ 8	Qualitätssicherung
§ 9	Inhalte des Studiums
§ 10	Leistungsnachweise
§ 11	Credit Points
§ 12	Inkrafttreten

§ 1 Geltungsbereich

Diese Studienordnung gilt für die Studierenden der Bachelor-Studiengänge Brand Management und Brand Design der Brand University of Applied Sciences.

§ 2 Ziel des Studiums

Studienziel ist der Erwerb von grundlegenden fachlichen, methodischen und allgemeinen berufsqualifizierenden Kenntnissen und Kompetenzen, die für die einschlägige berufliche Praxis und zur Aufnahme eines Master-Studiums befähigen. Dazu wird die Fähigkeit vermittelt, fachliche Methoden und Erkenntnisse selbständig anzuwenden.

§ 3 Studienabschluss

Durch eine bestandene Bachelor-Prüfung wird nachgewiesen, das in den jeweiligen fachspezifischen Bestimmungen beschriebene Studienziel erreicht zu haben. Die bestandene Bachelor-Prüfung ist ein erster berufsqualifizierender Abschluss, für den der akademische Grad Bachelor of Arts (B.A.) verliehen wird.

§ 4 Studienvoraussetzungen

- (1) Grundsätzliche Voraussetzung für das Studium ist eine in Hamburg anerkannte Allgemeine Hochschulreife, Fachhochschulreife, eine geeignete fachspezifische Fortbildungsprüfung als Meisterin/Meister oder Fachwirtin/Fachwirt oder eine gleichwertige fachspezifische Fortbildungsprüfung.
- (2) Darüber hinaus sind Eignungsnachweise und das Bestehen einer Aufnahmeprüfung erforderlich, die in der *Immatrikulations- und Zulassungsordnung* für Bachelor-Studiengänge der Brand University of Applied Sciences geregelt sind.

§ 5 Studienbeginn und Studiendauer

- (1) Der Studienbeginn ist im Bachelor-Studiengang Brand Management zweimal jährlich zum 1. April und zum 1. Oktober und im Bachelor-Studiengang Brand Design einmal jährlich zum 1. Oktober.
- (2) Die Regelstudienzeit beträgt einschließlich der Bachelor-Arbeit 6 Semester.

§ 6 Aufbau des Studiums

- (1) Die Studiengänge sind als modularisiertes Lernsystem konzipiert. Module sind inhaltlich und thematisch abgeschlossene Studieneinheiten, die an den für das jeweilige Berufsbild erforderlichen Kompetenzen ausgerichtet und ggf. aus verschiedenen Lehrveranstaltungen zusammengesetzt sind. Module erstrecken sich über ein Semester und werden mit Modulprüfungen abgeschlossen.
- (2) Die Vorlesungszeit eines Semesters beträgt 16 Wochen.
- (3) In den ersten beiden Semestern werden die Grundlagen für alle Kompetenzen auf breiter Basis gelegt. Vom 3. bis 5. Semester werden durch Wahlpflichtmodule Vertiefungsrichtungen angeboten.
- (4) Im 6. Semester ist die Bachelorarbeit zu erstellen.
- (5) In einem Praxistransferprojekt im 6. Semester erarbeiten die Studierenden die Projektphase in einem Unternehmen. Dabei entwickeln die Studierenden reale Problemlösungskonzepte und setzen diese um.
- (6) Die Verlaufspläne der Bachelor-Studiengänge Brand Management und Brand Design (s. Anhang) sind Bestandteil dieser Studienordnung.

§ 7 Studienberatung

- (1) Die Hochschule berät Studienbewerber/innen über Inhalte, Aufbau und Anforderungen des Studiums.

- (2) Studienanfänger/innen werden in einer Einführungsveranstaltung über inhaltliche und organisatorische Fragen informiert.
- (3) In allen Semestern werden in Sonderveranstaltungen dem jeweiligen Stand entsprechende Informationen an die Studierenden gegeben und mit ihnen besprochen.
- (4) Einzelberatungen finden jederzeit auf Wunsch des/der Studierenden statt oder wenn der Studienverlauf des/der Studierenden aus Sicht der Hochschule Anlass dazu gibt.
- (5) Für Studienbewerber/innen, Studienanfänger/innen, Studierende mit Behinderung oder in besonderen Lebenssituationen finden jederzeit auf Wunsch Einzelberatungen über den Ausgleich eines möglichen Nachteils statt.

§ 8 Qualitätssicherung

- (1) Die Brand University of Applied Sciences verfügt über eine zentrale Stabsstelle für Qualitätsmanagement & Bildungscontrolling (SSQB). Die von dieser Stelle durchgeführten Evaluierungen dienen der Kontrolle und Verbesserung der Qualität der Leistungen der Hochschule in Lehre und Forschung.
- (2) Kontrolliert und evaluiert wird jede Lehrveranstaltung. Dabei werden die Qualität der Lehrinhalte, der Lehrprozesse, des Lehrpersonals, die nicht-akademische Betreuung der Studierenden sowie die Struktur und die Studierbarkeit des Studiums evaluiert. Jede Veranstaltung kann nur einmal im Semester evaluiert werden.
- (3) Das Bildungscontrolling, die Qualitätssicherung und die dafür notwendigen Evaluationen werden durch die SSQB organisiert und ausgewertet. Die Ergebnisse der Evaluation sind vertraulich zu behandeln.

§ 9 Inhalte des Studiums

Die Inhalte der einzelnen Module sind in Modulbeschreibungen definiert, die den Studierenden zu Beginn des Studiums vollständig in Form des Modulhandbuchs zur Verfügung gestellt werden, ebenso allen Lehrenden. Die Modulbeschreibungen enthalten Angaben zu den Lernergebnissen, zu den Lehrinhalten, zum Umfang des Moduls, zu den Lehr- und Lernformen, zu den Modulverantwortlichen und Lehrenden, zu Prüfungsform und -umfang sowie zu den mit Bestehen der Prüfung verliehenen Credit Points (CP). Sie enthalten außerdem Literaturangaben zur Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen. Über eventuelle Änderungen in den Modulbeschreibungen informiert das Studiendepartment zeitnah alle Studierenden und Lehrenden.

§ 10 Leistungsnachweise

Die studienbegleitenden Modulprüfungen werden gemäß den Regelungen der Bachelorprüfungsordnung angeboten und durchgeführt.

§ 11 Credit Points

- (1) Im Rahmen der Bachelor-Studiengänge Brand Management und Brand Design gilt das Credit-Point-System gemäß ECTS (European Credit Transfer System), das den internationalen Austausch und die Anrechnung von Prüfungsleistungen fördern soll. Insgesamt müssen im Rahmen des Studiums 180 Credit Points erworben werden.
- (2) Ein Credit Point entspricht einem Arbeitsumfang von 25 Zeitstunden.
- (3) Details zur Vergabe der Credit Points regeln die Bachelorprüfungsordnung und die Studienpläne.

§ 12 In-Kraft-Treten

Diese überarbeitete Fassung der Bachelorstudienordnung tritt mit Beginn des Sommersemesters 2020 in Kraft.