

Studienordnung

für den

Diplomstudiengang Buchhandel/Verlagswirtschaft

an der Hochschule für Technik, Wirtschaft und Kultur Leipzig (FH)
(StudO-D BV)

Vom

Aufgrund von § 21 Abs.1 des Gesetzes über die Hochschulen im Freistaat Sachsen (Sächsisches Hochschulgesetz - SächsHG) vom 11. Juni 1999 (SächsGVBl S. 300) erlässt die Hochschule für Technik, Wirtschaft und Kultur Leipzig (FH) - im Weiteren mit HTWK Leipzig abgekürzt - die folgende Studienordnung als Satzung.

Inhaltsübersicht

- § 1** Geltungsbereich
- § 2** Studienziel
- § 3** Dauer und Gliederung des Studiums
- § 4** Pflicht- und Wahlpflichtfächer, Studienschwerpunkte
- § 5** Projektarbeit
- § 6** Dauer und Gliederung der praktischen Studienzeiten
- § 7** Exkursionen
- § 8** Studienfachberatung
- § 9** In-Kraft-Treten
- § 10** Übergangsbestimmungen

Anlagen 1 bis 2

Vorbemerkung

Personenbezeichnungen in dieser Ordnung sind grundsätzlich auf beide Geschlechter zu beziehen.

§ 1 Geltungsbereich

Diese Studienordnung regelt in Verbindung mit den jeweils gültigen Prüfungsordnungen Allgemeiner Teil und Besonderer Teil sowie der Immatrikulationsordnung Ziel, Inhalt, Aufbau und Ablauf des Studiums für den Studiengang Buchhandel/Verlagswirtschaft an der HTWK Leipzig.

§ 2 Studienziel

- (1) Der Studiengang Buchhandel/Verlagswirtschaft vermittelt die Kenntnisse, Fähigkeiten und Fertigkeiten für eine verantwortliche Tätigkeit als Diplom-Buchhandelswirt in Funktionen der mittleren und höheren Ebenen des herstellenden und verbreitenden Buchhandels, des Zwischenbuchhandels, des Zeitungs- und Zeitschriftenwesens sowie verwandter Branchen der Kultur- und Medienwirtschaft erforderlich sind.
- (2) Ziel des Studiums ist der Erwerb betriebswirtschaftlich orientierten und praxiswirksamen Allgemein- und Fachwissens als Grundlage für eine erfolgreiche Tätigkeit in den unter (1) genannten Bereichen.

§ 3 Dauer und Gliederung des Studiums

- (1) Die Regelstudienzeit beträgt einschließlich der Diplomphase acht Semester im Direktstudium
- (2) Das Studium gliedert sich in
 - Grundstudium (1.-3. Semester) und
 - Hauptstudium (4.-8. Semester).Das fünfte Semester ist das Praktische Studiensemester.
- (3) Das Grundstudium wird mit der Diplom-Vorprüfung, das Hauptstudium mit der Diplomprüfung abgeschlossen. Beide Prüfungen erfolgen studienbegleitend. Prüfungsleistungen können gemäß § 5 Abs. 2 PrüfO-AT bei Vorliegen der Zulassungsvoraussetzungen auch in einer Prüfungsperiode vor dem in der Prüfungsordnung festgelegten Regelprüfungstermin erbracht werden.
- (4) Inhaltlicher Schwerpunkt des Grundstudiums sind die Lehrgegenstände, die die grundlegende Qualifikation für die spätere Berufstätigkeit in den unter § 2 Abs. 1 genannten Bereichen vermitteln.
- (5) Das Hauptstudium baut auf den im Grundstudium vermittelten Kenntnissen auf und vertieft und erweitert sie. Es vermittelt die spezifischen Qualifikationen für die spätere Berufstätigkeit, wobei die Studierenden individuelle Schwerpunkte setzen können.

§ 4 Pflicht- und Wahlpflichtfächer

- (1) Das Studium setzt sich aus Pflicht- und Wahlpflichtfächern zusammen.
- (2) Die Fächer des Grundstudiums sind Pflichtfächer. Das Hauptstudium umfasst Pflicht- und Wahlpflichtfächer (Studienschwerpunkte). Die Fächer und ihre Reihenfolge im Pflicht und Wahlpflichtbereich sind in den Anlagen 1-2 dargestellt. Die Reihenfolge der Pflichtfächer entspricht didaktischer Notwendigkeit und sollte in der Regel eingehalten werden.
- (3) Im Wahlpflichtbereich müssen zwei der vier Studienschwerpunkte, d.h. mindestens 24 SWS belegt werden. Die verbleibenden 4 SWS sind in den beiden nicht gewählten Fächern zu belegen.
- (4) Das Wahlpflichtprogramm ist durch Studienschwerpunkte vorgegeben. Die spezifischen Inhalte der einzelnen Richtungen sind dem Wahlpflichtkatalog zu entnehmen. In jedem Studienschwerpunkt werden mindestens 12 SWS angeboten.
- (4) Die Studierenden haben im Hauptstudium zwei der vier Studienschwerpunkte zu wählen, können sich damit ein individuelles Profil erarbeiten.
- (5) Zur Wahl stehen folgende Studienschwerpunkte:
 - Unternehmensgründung und -führung
 - Marketing
 - Produktentwicklung und -gestaltung
 - Medien- und Marktforschung.
- (6) Bei einer Teilnehmerzahl von weniger als zehn Studenten besteht kein Anspruch auf Durchführung eines Studienschwerpunktes. Die nicht zustande gekommene Lehrveranstaltung kann ggf. später erneut angeboten werden.

§ 5 Projektarbeit

- (1) Projektarbeiten sind obligatorischer Bestandteil des Grund- und Hauptstudiums. Sie sind praxis- und problemorientierten Themen gewidmet und sie sollen in studentischen Arbeitsgruppen realisiert werden.
- (2) Projektarbeiten dienen der komplexen Anwendung berufsorientierter Kenntnisse, Fähigkeiten und Fertigkeiten. Sie sollen unter Nutzung kooperativer Formen des Arbeitens und Lernens dazu beitragen,
 - berufliche Motivation der Studierenden zu vertiefen
 - Selbständigkeit und Handlungskompetenz zu entwickeln
 - Problemdenken ausprägen
 - Innovationsbereitschaft zu fördern.Projekte sollen zu Problemlösungen in der Berufspraxis beitragen. Sie können auch Beiträge zu Forschungsarbeiten sein bzw. der Vorbereitung von Diplomarbeiten dienen.
- (3) Die Projektarbeiten werden durch Professoren betreut. Gegebenenfalls können Vertreter der Berufspraxis hinzugezogen werden.
- (4) Weiteres regelt die Projektordnung.

§ 6 Dauer und Gliederung der praktischen Studienzeiten

- (1) Die praktischen Studienzeiten bestehen aus
 - zwei sechswöchigen Informationspraktika bis zum Ende des Grundstudiums. Mindestens sechs Wochen dieser Praktika sind bis zum Studienbeginn nachzuweisen und in Unternehmen der Buch- und Pressewirtschaft abzuleisten.
 - dem Praktischen Studiensemester im fünften Semester mit einer Dauer von 24 Wochen in Unternehmen der Buch- und Pressewirtschaft.

Spezialpraktika (i. d. R. sechs Wochen ab sechstem Semester) werden empfohlen. Auslandspraktika werden besonders gefördert.

- (2) Die Anerkennung der Praktika obliegt dem Praktikumsbeauftragten des Studiengangs.
- (3) Einzelheiten regelt die Praktikumsordnung.

§ 7 Exkursionen

- (1) Fachbezogene Exkursionen werden angeboten. Sie können durchgeführt werden als
 - einem Fach zugeordnete auswärtige Lehrveranstaltungen
 - fächerübergreifende ein- oder mehrtägige Studienfahrten.
- (2) Die Studienkommission berät und beschließt in Abstimmung mit den Professoren und den betroffenen Institutionen das Exkursionsprogramm.

§ 8 Studienfachberatung

- (1) Der Fachbereich unterrichtet Studienbewerber und Studienanfänger über Inhalt, Aufbau und Anforderungen des Studiums.
Zu Beginn jedes Semesters findet eine Informationsveranstaltung statt, in der über Studieninhalte und Prüfungsanforderungen sowie über den organisatorischen Ablauf des Semesters informiert wird.
Studierende, die keinen der geforderten Leistungsnachweise bis zum Beginn des dritten Fachsemesters erbracht haben, müssen im dritten Semester an einer Studienfachberatung teilnehmen.
- (2) Individuelle studienbegleitende Fachberatung sollte von den Studierenden vor allem in folgenden Fällen in Anspruch genommen werden
 - bei erheblichem Verzug in der Erbringung von Studien- und Prüfungsleistungen
 - bei längeren Ausfallzeiten im Studium, bei Unterbrechung des Studiums und vor eventuellem Studienabbruch
 - im Zusammenhang mit den Praktika
 - im Zusammenhang mit der Projektarbeit
 - im Zusammenhang mit der Diplomarbeit.

- (3) Darüber hinaus kann sich die studienbegleitende Fachberatung der Studierenden weiteren Schwerpunkten widmen, z.B.
- Unterstützung bei Wahlentscheidungen im Studium (insbesondere im Hinblick auf die Wahl des Studienprofils)
 - Beratung bei allgemeinen Entscheidungs-, Planungs- und Organisationsproblemen im Verlaufe des Studiums
 - Vorbereitung von Auslandsaufenthalten und Möglichkeiten ihrer finanziellen Förderung
 - Störungen des Arbeits- und Studienverhaltens sowie der Studienmotivation
 - Hilfestellung bei individuellen Problemen im Verlaufe des Studiums.
- (4) Die Studienfachberatung wird in der Regel von beauftragten Professoren durchgeführt. Für die Beratung im Zusammenhang mit den Praktika, Exkursionen und Prüfungen ist jeweils der Praktikumsbeauftragte, der Exkursionsleiter bzw. der Vorsitzende des Prüfungsausschusses oder ein beauftragtes Mitglied zuständig.

§ 9 In-Kraft-Treten

Die vorliegende Studienordnung wurde am 25.10.2000 vom Fachbereichsrat des Fachbereichs Buch und Museum verabschiedet und vom Senat der HTWK Leipzig am 04.04.2001 beschlossen. Sie tritt mit Wirkung vom in Kraft und gilt für Studierende, die ihr Studium nach In-Kraft-Treten dieser Ordnung begonnen haben.

§ 10 Übergangsbestimmungen

Mit Einverständnis der Studenten, vertreten durch die Fachschaft, kann die vorliegende Studienordnung auch für höhere Matrikel angewandt werden. Kann ein Student der höheren Semester aus den vorher geltenden Regelungen Vorteile für sich ableiten, so werden diese ihm zugebilligt.

Ausgefertigt aufgrund der Beschlüsse des Fachbereichsrates des Fachbereiches Buch und Museum vom 25.10.2000 und des Senats der HTWK Leipzig vom 04.04.2001. Diese Satzung wurde dem Sächsischen Staatsministerium für Wissenschaft und Kunst mit Schreiben vom 00.00.0000 angezeigt und wird an der HTWK Leipzig bekannt gemacht.

Leipzig,

Der Rektor
der Hochschule für Technik, Wirtschaft und Kultur Leipzig (FH)

(Prof. Dr.-Ing. K. Steinbock)

Anlagen:

Anlage 1 Studienplan Grundstudium

Anlage 2 Studienplan Hauptstudium

Anlage 1

Studiengang Buchhandel/Verlagswirtschaft
Studienplan Grundstudium

| Fach Nr. | Fach | SWS Gesamt | SWS/Semester | | |
|----------|--|---------------|--------------|-----------|-----------|
| | | | 1. | 2. | 3. |
| G 01 | Methodik wissenschaftlichen Arbeitens | 2 | 2 | | |
| G 02 | Angewandte Informatik für die Buch- und Medienwirtschaft | 10 | 3 | 3 | 4 |
| G 03 | Grundlagen Buchhandel/Verlagswirtschaft | 6 | 6 | | |
| G 04 | Textdesign | 2 | 2 | | |
| G 05 | Produktion von Verlagserzeugnissen | 4 | | 2 | 2 |
| G 06 | Marketing | 4 | | 2 | 2 |
| G 07 | Wirtschaftsmathematik | 4 | 2 | 2 | |
| G 08 | Statistik | 2 | | 2 | |
| G 09 | Rechnungswesen | 6 | 2 | 2 | 2 |
| G 10 | Volkswirtschaftslehre | 4 | 2 | 2 | |
| G 11 | Allgemeine Betriebswirtschafts- und Handelsbetriebslehre | 6 | | 3 | 3 |
| G 12 | Grundlagen Recht | 3 | | | 3 |
| G 13 | Wirtschaftsenglisch | 6 | 2 | 2 | 2 |
| G 14 | Kommunikation und Medien | 4 | | 2 | 2 |
| G 15 | Projektarbeit | 10 | 2 | 4 | 4 |
| G 16 | Firmenprofile | 3 | 1 | 1 | 1 |
| G 17 | Studium generale | 2 | | | 2 |
| | Summe | 78 | 24 | 27 | 27 |

G 13, G 14 und G 15 werden im Hauptstudium fortgeführt

Anlage 2

Studiengang Buchhandel/Verlagswirtschaft

Studienplan Hauptstudium

| Fach Nr. | Fach | SWS Gesamt | SWS/Semester | | | | |
|----------|------|------------|--------------|----|----|----|----|
| | | | 4. | 5. | 6. | 7. | 8. |

Pflichtfächer

| | | | | | | | |
|--------------|---|-----------|-----------|----------|----------|----------|----------|
| H 01 | Spezielle Informatik für die Buch- und Pressewirtschaft | 2 | 2 | | | | |
| H 02 | Urheber- und Verlagsrecht | 2 | 2 | | | | |
| H 03 | Management | 3 | 3 | | | | |
| H 04 | Rechnungswesen für die Buch- und Pressewirtschaft | 4 | 4 | | | | |
| H 05 | Distribution von Verlagserzeugnissen | 4 | 4 | | | | |
| H 06 | Kommunikation und Medien | 2 | 2 | | | | |
| H 07 | Kommunikationstraining | 4 | | 4 | | | |
| H 08 | Wirtschaftsenglisch | 2 | 2 | | | | |
| H 09 | Spezielle Probleme der Medienwirtschaft | 2 | | | 2 | | |
| H 10 | Projektarbeit | 8 | 4 | | 4 | | |
| H 11 | Controlling | 4 | | | 2 | 2 | |
| H 12 | Firmenprofile | 3 | 1 | | 1 | 1 | |
| H 13 | Diplomandenseminar | 2 | | | | | 2 |
| H 14 | Oberseminar | 2 | | | | | 2 |
| Summe | | 44 | 24 | 4 | 9 | 3 | 4 |

Studienschwerpunkte

| | | | | | | | |
|--------------------------------------|------------------------------------|----|----|---|-----|-----|---|
| H 14 | Unternehmensgründung und -führung | 12 | | | 6 | 6 | |
| H 15 | Marketing | 12 | | | 6 | 6 | |
| H 16 | Produktentwicklung und -gestaltung | 12 | | | 6 | 6 | |
| H 17 | Medien- und Marktforschung | 12 | | | 6 | 6 | |
| Summe d. obligat. Wahlpflichtstunden | | 28 | | | 14* | 14* | |
| Gesamtsumme der Pflichtstunden | | 72 | 24 | 4 | 23 | 17 | 4 |

* empfohlene Verteilung

Wahlpflichtkatalog

Entsprechend den Erfordernissen der Wissenschaftsentwicklung sind die in den Studienschwerpunkten des Kataloges behandelten Themen nicht als abschließend zu betrachten, sondern können nach Bedarf auf Beschluss des Fachbereichsrats verändert bzw. ergänzt werden.

| Fach | Studienschwerpunkte | SWS |
|------|---|-----|
| H 14 | Unternehmensgründung und -führung | 12 |
| | Entwicklung und Umsetzung von Strategien, Bereiche der Unternehmensführung, Unternehmensbewertung, Strukturanpassung, Unternehmensnachfolge, Personalführung, Unternehmensorganisation, Spezielle Buchhandelssoftware/ Verlagssoftware etc. | |
| H15 | Marketing | 12 |
| | Marktanalyse, Programmanalyse, Strategien zur Programm- und Produktentwicklung, PR-Planung, Optimierung des Distributionsdesigns für Märkte und Marktsegmente, Marketingstrategien für die Medienbranche, Databased Marketing, Kommunikationspolitik | |
| H 16 | Produktentwicklung und -gestaltung | 12 |
| | Produktmanagement, Konzeption und Gestaltung von Printproduktionen: Buch, Zeitung, Zeitschrift, Werbemitteln etc., Konzeption und Gestaltung multimedialer Off- und Onlineprodukte, spezielle technische und wirtschaftliche Aspekte der Produktion von Verlagserzeugnissen, Software zur Gestaltung von elektronischen Medien, Generierung und Pflege medienneutraler Datenbestände, Produkteinführung | |
| H 17 | Medien- und Marktforschung | 12 |
| | Aktuelle Probleme der Buch- und Pressewirtschaft, Entwicklung der nationalen Marktstrukturen, Segmente der Medienmärkte (z. B. Fachinformation), Medienpolitik, Literatur | |

12 SWS kennzeichnen das Mindestangebot für jeden Studienschwerpunkt im Hauptstudium.