

# **Studienordnung**

für den

## **Bachelorstudiengang Buchhandel/Verlagswirtschaft**

an der Hochschule für Technik, Wirtschaft und Kultur Leipzig

**(Stud0-BVB)**

Fassung vom 3. Februar 2015 auf der Grundlage von § 13 Abs. 4, 36  
SächsHSFG

## Inhaltsverzeichnis

---

|   | Seite |
|---|-------|
| § 1 Geltungsbereich                                 | 3     |
| § 2 Studienziel                                     | 3     |
| § 3 Zugangsvoraussetzungen                          | 3     |
| § 4 Dauer, Aufnahme und Umfang des Studiums         | 4     |
| § 5 Aufbau des Studiums                             | 4     |
| § 6 Studienschwerpunkte, Wahlpflichtmodul, Projekte | 4     |
| § 7 Praxisphase                                     | 5     |
| § 8 Studienberatung                                 | 5     |
| § 9 Akademischer Grad                               | 6     |
| § 10 Schlussbestimmungen                            | 6     |
| <br>  |       |
| Anlage 1 Studienschwerpunkte                        |       |
| Anlage 2 Wahlpflichtkatalog                         |       |
| Anlage 3 Modulbeschreibungen                        |       |
| Anlage 4 Praktikumsordnung                          |       |

---

**Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird auf die gleichzeitige Verwendung männlicher und weiblicher Sprachformen verzichtet. Sämtliche Personenbezeichnungen gelten für beiderlei Geschlecht.**

## **§ 1 Geltungsbereich**

Diese Studienordnung regelt auf Grundlage der Prüfungsordnung des Bachelorstudiengangs Buchhandel/Verlagswirtschaft an der HTWK Leipzig Ziel, Inhalt und Aufbau des Studiums im Bachelorstudiengang Buchhandel/Verlagswirtschaft.

## **§ 2 Studienziel**

- (1) Der Studiengang Buchhandel/Verlagswirtschaft vermittelt die Kenntnisse, Fähigkeiten und Fertigkeiten, die für eine wissenschaftlich begründete und fachlich selbstständige Tätigkeit als Bachelor of Arts in Unternehmen des herstellenden und verbreitenden Buchhandels, in Presseverlagen sowie anderen Unternehmen und Organisationen der Medienproduktion und Mediendistribution erforderlich sind.
- (2) Das Studium vermittelt auf breiter Basis fundiertes Kontextwissen und Handlungskompetenzen für alle Kernbereiche des Berufsfeldes. Die Studieninhalte orientieren sich an den aktuellen und künftigen Anforderungen der beruflichen Praxis an eine eigenverantwortliche betriebswirtschaftliche Tätigkeit in allen Arten der Medienproduktion und Mediendistribution. Die Studenten werden zu einer kundenorientierten und wirtschaftlichen Gestaltung von Arbeitsabläufen in einem Unternehmen der Medienproduktion und Mediendistribution befähigt, unter besonderer Berücksichtigung der Buch- und Pressemedien.
- (3) Die im Studium vermittelten grundlegenden methodischen Qualifikationen und handlungsorientierten Kompetenzen werden durch zur Wahl stehende inhaltliche Schwerpunkte ergänzt, durch die Kenntnisse, Fähigkeiten und Fertigkeiten für verschiedene spezifische Handlungsfelder und Tätigkeitsbereiche vermittelt werden.
- (4) Zur Erreichung des Studienziels tragen wesentlich der handlungs- und praxisorientierte Aufbau der Lehrveranstaltungen, die Praxisphase sowie die angeleitete Projektarbeit bei.

## **§ 3 Zugangsvoraussetzungen**

- (1) Die Zulassung zum Studium bestimmt sich nach den einschlägigen hochschulrechtlichen Bestimmungen, insbesondere nach dem Sächsischen Hochschulfreiheitsgesetz, dem Sächsischen Hochschulzulassungsgesetz und der Sächsischen Studienplatzvergabeverordnung sowie nach der Immatrikulationsordnung und Auswahlordnung der HTWK Leipzig.
- (2) Über die Gleichwertigkeit von nachgewiesener Vorbildung und Hochschulzugangsberechtigung entscheidet im Zweifel der Prüfungsausschuss.

## **§ 4**

### **Dauer, Aufnahme und Umfang des Studiums**

- (1) Die Regelstudienzeit beträgt 6 Semester - einschließlich der Praxisphase im 5. Semester sowie der Bachelorarbeit und des Bachelorseminars im 6. Semester.
- (2) Das Studium wird zum Wintersemester aufgenommen.
- (3) Der erfolgreiche Abschluss des Studiums erfordert den Erwerb von 180 Leistungspunkten nach dem **European Credit Transfer and Accumulation System** (ECTS-Punkte), die der Student bei erfolgreichem Absolvieren der angebotenen Module erhält. Diese Leistungspunkte orientieren sich am Gesamtaufwand des Studenten für ein Modul, der sich aus Präsenzzeiten in Lehrveranstaltungen und Zeitaufwand für das angeleitete Selbststudium sowie für Vorbereitung und Absolvierung von Prüfungsvorleistungen und Prüfungsleistungen u. ä. zusammensetzen kann. Ein Leistungspunkt (ECTS-Punkt) umfasst 30 Zeitstunden Arbeitsaufwand.

## **§ 5**

### **Aufbau des Studiums**

- (1) Das Studium ist modular aufgebaut. Es besteht aus Pflicht- und Wahlpflichtmodulen. Jedes Modul wird mit einer Prüfung abgeschlossen. Der Aufbau und die grundsätzlichen Modulinhalte ergeben sich aus dem Integrierten Studienablauf- und Prüfungsplan (PrüfO-BVB, Anlage), der Übersicht über die Studienschwerpunkte (Anlage 1), dem Wahlpflichtkatalog (Anlage 2) und den Modulbeschreibungen (Anlage 3).
- (2) Während des Studiums sind mindestens 12 Leistungspunkte (ECTS-Punkte) im Rahmen einer fachbezogenen Fremdsprachenausbildung zu erwerben. Diese ist zum Teil in das Modul 2400 integriert.
- (3) Der Studienablaufplan stellt eine didaktisch begründete Empfehlung dar, die die Verwendung erworbener Kenntnisse, Fähigkeiten und Fertigkeiten berücksichtigt und einen Abschluss des Studiums innerhalb der Regelstudienzeit ermöglicht. Aus zwingenden Gründen kann die Fakultät von dem nach Studienablaufplan erforderlichen Lehrangebot aufgrund eines Beschlusses des Fakultätsrates für höchstens zwei Semester abweichen. Der Prorektor Bildung wird hierüber in Kenntnis gesetzt.
- (4) Der Student absolviert ein wahlobligatorisches Modul „Schlüsselqualifikation“ und hat an einem Veranstaltungszyklus des Studiums generale teilzunehmen. Für das Studium generale wird eine Teilnahmebescheinigung (TB) ausgestellt.

## **§ 6**

### **Studienschwerpunkte, Wahlpflichtmodule, Projekte**

- (1) Die Wahl eines Studienschwerpunktes ermöglicht dem Studenten die Spezialisierung auf ein Tätigkeitsfeld.

- (2) Der Student kann sich im 2. Semester für einen Studienschwerpunkt (Anlage 1) entscheiden. Er belegt die dazugehörigen vier Schwerpunktmodule und erwirbt damit 20 Leistungspunkte (ECTS-Punkte). Entscheidet sich der Student nicht für einen Studienschwerpunkt, so kann er frei zwischen den Modulen aus dem Wahlpflichtkatalog wählen. In diesem Fall wird kein Studienschwerpunkt im Bachelorzeugnis ausgewiesen.
- (3) Die inhaltliche Ausgestaltung des Schwerpunktmoduls kann Änderungen aufgrund der Aktualisierung des wissenschaftlichen Erkenntnisstandes und der Lehr- und Forschungsschwerpunkte der Dozenten unterliegen.
- (4) Die Lehre in den Studienschwerpunkten findet teilweise im Rahmen von studentischer Projektarbeit statt. Projekte sind obligatorischer Bestandteil des Studiums. Sie sind praxis- und problemorientierten Themen gewidmet und sollen in studentischen Arbeitsgruppen realisiert werden.
- (5) Die Zulassung zu Studienschwerpunkten kann durch Beschluss des Fakultätsrates eingeschränkt werden, wenn dies aus organisatorischen Gründen erforderlich ist. Ebenso kann der Fakultätsrat Wahlpflichtmodule, für die sich weniger als zehn Studenten eingeschrieben haben, absetzen, soweit gewährleistet ist, dass der Student ein anderes Wahlpflichtmodul belegen kann.
- (6) Aufgrund der Vielzahl der Wahlpflichtmodule kann es im Einzelfall zu Überschneidungen der Angebote kommen.

## **§ 7 Praxisphase**

- (1) Das Pflichtmodul Praxisphase liegt im 5. Semester. Es umfasst 20 Wochen praktische Tätigkeit im Berufsfeld. Im Zusammenhang mit der Praxisphase ist eine betreute wissenschaftliche Projektarbeit in Form einer Hausarbeit (PVH) zu erstellen, basierend auf Forschungsaufgaben zu unternehmenspraktischen Fragestellungen. Die Praxisphase wird mit einem Praktikumskolloquium an der Hochschule abgeschlossen.
- (2) Einzelheiten zum Praktikum regelt die Praktikumsordnung, die Bestandteil dieser Studienordnung ist (Anlage 4).

## **§ 8 Fachliche Studienberatung**

- (1) Die studienbegleitende fachliche und studienorganisatorische Beratung obliegt den Professoren im Studiengang Buchhandel/Verlagswirtschaft, insbesondere dem Studiendekan.
- (2) Studenten müssen bis zum Beginn des 3. Semesters mindestens einen im Studienablaufplan vorgesehenen Leistungsnachweis erbracht haben. Anderenfalls müssen sie im 3. Semester an einer Studienfachberatung nach Absatz 1 teilnehmen.

## **§ 9 Akademischer Grad**

Aufgrund der durch den Studenten erfolgreich absolvierten Module laut Studienablaufplan und der damit erworbenen 180 Leistungspunkte (ECTS-Punkte) wird der akademische Grad „Bachelor of Arts“, Abkürzung „B.A.“ verliehen.

## **§ 10 Schlussbestimmungen**

- (1) Die Studienordnung des Bachelorstudiengangs Buchhandel/Verlagswirtschaft wurde am 2. Juli 2014 vom Fakultätsrat der Fakultät Medien beschlossen. Sie tritt am Tage nach der Genehmigung durch das Rektorat<sup>1</sup> in Kraft. Sie gilt für alle Studierenden, die ihr Studium ab dem Wintersemestersemester 2015/16 aufnehmen.
- (2) Die Studienordnung wird im Internetportal der HTWK Leipzig unter [www.htwk-leipzig.de](http://www.htwk-leipzig.de) veröffentlicht.

---

<sup>1</sup> Beschluss vom 3. Februar 2015

## Anlage 1

### Studienschwerpunkte

Der Student kann zwischen folgenden Studienschwerpunkten wählen:

- I Buchhandelsmanagement**
  - mit den über 4 Semester zu belegenden Modulen 7110, 7120, 7130 und 7140 aus dem Wahlpflichtkatalog (insgesamt 20 Leistungspunkte)
  
- II Kommunikationsmanagement**
  - mit den über 4 Semester zu belegenden Modulen 7210, 7220, 7230 und 7240 aus dem Wahlpflichtkatalog (insgesamt 20 Leistungspunkte)
  
- III Veranstaltungsmanagement**
  - mit den über 4 Semester zu belegenden Modulen 7310, 7320, 7330 und 7340 aus dem Wahlpflichtkatalog (insgesamt 20 Leistungspunkte)
  
- IV Pressemanagement**
  - mit den über 4 Semester zu belegenden Modulen 7410, 7420, 7430 und 7440 aus dem Wahlpflichtkatalog (insgesamt 20 Leistungspunkte)

Zusätzlich und unabhängig vom gewählten Studienschwerpunkt belegt jeder Student

1 Modul (5 Leistungspunkte) aus dem Wahlpflichtkatalogangebot der Fakultät Medien (6200) zu den Schlüsselqualifikationen.

## Anlage 2

### Wahlpflichtkatalog (WPK)

Entsprechend den Erfordernissen der Wissensentwicklung kann der nachfolgende Katalog der Wahlpflichtmodule nach Bedarf auf Vorschlag der Studienkommission durch Beschluss des Fakultätsrates geändert bzw. ergänzt werden.

| <b>Kennz.</b> | <b>Modulbezeichnung</b>    | <b>SWS</b> | <b>LP</b> |
|---------------|----------------------------|------------|-----------|
| 7110          | Buchhandelsmanagement 1    | 3          | 5         |
| 7120          | Buchhandelsmanagement 2    | 3          | 5         |
| 7130          | Buchhandelsmanagement 3    | 3          | 5         |
| 7140          | Buchhandelsmanagement 4    | 3          | 5         |
| 7210          | Kommunikationsmanagement 1 | 3          | 5         |
| 7220          | Kommunikationsmanagement 2 | 3          | 5         |
| 7230          | Kommunikationsmanagement 3 | 3          | 5         |
| 7240          | Kommunikationsmanagement 4 | 3          | 5         |
| 7310          | Veranstaltungsmanagement 1 | 3          | 5         |
| 7320          | Veranstaltungsmanagement 2 | 3          | 5         |
| 7330          | Veranstaltungsmanagement 3 | 3          | 5         |
| 7340          | Veranstaltungsmanagement 4 | 3          | 5         |
| 7410          | Pressemanagement 1         | 3          | 5         |
| 7420          | Pressemanagement 2         | 3          | 5         |
| 7430          | Pressemanagement 3         | 3          | 5         |
| 7440          | Pressemanagement 4         | 3          | 5         |

# Studienordnung

für den

## Bachelorstudiengang Buchhandel/Verlagswirtschaft

an der Hochschule für Technik, Wirtschaft und Kultur Leipzig

**(Stud0-BVB)**

### Anlage 3: Modulbeschreibungen

|                     |    |                     |
|---------------------|----|---------------------|
| <b>Abkürzungen:</b> | V  | = Vorlesung         |
|                     | S  | = Seminar           |
|                     | Ü  | = Übung             |
|                     | LP | = Leistungspunkte   |
|                     | BN | = Bestehensnachweis |

Die administrative Verantwortung für sämtliche Module liegt beim Studiendekan des Bachelorstudiengangs Buchhandel/Verlagswirtschaft.

|  |  |   |                |     |                        |   |   |                                   |  |                      |  |
|--|--|---|----------------|-----|------------------------|---|---|-----------------------------------|--|----------------------|--|
| <b>Fakultät Medien</b><br>Pflichtmodul<br>Bachelorstudiengang Buchhandel/<br>Verlagswirtschaft |  | Kennzahl<br>1100  |                |     |                        |   |   |                                   |  |                      |  |
| <b>Einführung Buchhandel/Verlagswirtschaft</b>   |  |   |                |     |                        |   |   |                                   |  |                      |  |
| Dozententeam<br>verantwortlich   |  | <u>Prof. Dr. Ernst-Peter Biesalski</u><br>Prof. Dr. Heiko Hartmann  |                |     |                        |   |   |                                   |  |                      |  |
| Moduldauer   |  | 1 Semester  |                |     |                        |   |   |                                   |  |                      |  |
| Regelsemester  |  | Wintersemester  | Sommersemester |     | 1. Semester (jährlich) |   |   |                                   |  |                      |  |
| Leistungspunkte  |  | 10  |                |     | 10                     |   |   |                                   |  |                      |  |
| Unterrichtssprache   |  | Deutsch   |                |     |                        |   |   |                                   |  |                      |  |
| Voraussetzungen für<br>die Teilnahme   |  | Keine   |                |     |                        |   |   |                                   |  |                      |  |
| Lernziele/<br>Kompetenzen  |  | Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> <li>• kennen die Branchenspezifika der Printmedienbranche</li> <li>• haben einen Überblick über die Printmedienmärkte inkl. elektronischer Produkte</li> <li>• haben einen Einblick in die Auswahlentscheidungen eines Handelsweges</li> <li>• besitzen die Fähigkeit, branchenspezifische Entwicklungen den Grundfunktionen der Unternehmen zuzuordnen und interpretieren zu können</li> <li>• besitzen Wissen um die Zusammenhänge klassischer Printmedienmärkte mit den aktuellen Entwicklungen (Konvergenz der Märkte)</li> <li>• kennen neue digitale Produktformen und deren Vertrieb</li> <li>• können ihren Standpunkt formulieren und in der Diskussion vertreten</li> </ul> |                |     |                        |   |   |                                   |  |                      |  |
| Lehrinhalte  |  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• wesentliche Typen, Funktionen, Grundlagen und Aufgaben des Verlagswesens</li> <li>• wesentliche Typen, Funktionen, Grundlagen und Aufgaben des Buch- und Pressehandels (Groß- und Einzelhandel, Binnen- und Außenhandel)</li> <li>• Klassische Verlage und Buch- und Pressehandlungen (Typologien)</li> <li>• Konzentrationsprozesse, Entwicklung der Marktstrukturen</li> <li>• Basisbedingungen der Contentindustrie (Urheberrecht, Markenrecht)</li> <li>• Medienkonvergenz und digitale Transformation (E-Books, E-Journals)</li> <li>• Formen des elektronischen Handels (E-Commerce)</li> </ul>  |                |     |                        |   |   |                                   |  |                      |  |
| Arbeitslast  |  | 300 Stunden, davon 84 Std. Präsenzzeit, 216 Std. Selbststudium und Prüfungslast   |                |     |                        |   |   |                                   |  |                      |  |
| Prüfungsvorleistungen  |  | Referat   |                |     |                        |   |   |                                   |  |                      |  |
| Lehrformen und<br>Prüfungen  |  | Lehreinheiten   |                | SWS |                        |   |   | Prüfungsleistungen                |  | Leistungs-<br>punkte |  |
|  |  |   |                | V   | S                      | P | Ü |                                   |  |                      |  |
|  |  |   |                | 4.0 | 2.0                    |   |   | Mündliche Prüfung<br>(20 Minuten) |  | 10.0                 |  |

|                       |  |
|-----------------------|--|
| Literaturempfehlungen | werden zu Beginn der Lehrveranstaltung zur Verfügung gestellt                                      |
| Verwendbarkeit        | <ul style="list-style-type: none"><li>• Bachelorstudiengang Buchhandel/Verlagswirtschaft</li></ul> |

|  |   |                  |                        |
|--|---|------------------|------------------------|
| <b>Fakultät Medien</b><br>Pflichtmodul<br>Bachelorstudiengang Buchhandel/<br>Verlagswirtschaft |   | Kennzahl<br>1200 |                        |
| <b>Wissenschaftskompetenz</b>  |   |                  |                        |
| Dozententeam<br>verantwortlich   | <u>Prof. Dr. Ernst-Peter Biesalski</u>  |                  |                        |
| Moduldauer   | 1 Semester  |                  |                        |
| Regelsemester  | Wintersemester  | Sommersemester   | 1. Semester (jährlich) |
| Leistungspunkte  | 5   |                  | 5                      |
| Unterrichtssprache   | Deutsch   |                  |                        |
| Voraussetzungen für<br>die Teilnahme   | Keine   |                  |                        |
| Lernziele/<br>Kompetenzen  | Die Studierende <ul style="list-style-type: none"> <li>• können die Planung und Durchführung von Forschungsprojekten konzipieren, sowohl für das Studium als auch für die berufliche Praxis.</li> <li>• Sie verfügen über die grundlegenden theoretischen Kenntnisse und praktischen Fertigkeiten zur wissenschaftlichen Arbeit.</li> <li>• Sie sind in der Lage Texte zu bewerten, eigene kurze Texte zu verfassen, Texte mediengerecht zu strukturieren und zu gestalten.</li> <li>• Sie kennen alle formalen Erfordernisse und Möglichkeiten des Studiums bezogen auf inhaltliche Grundlagen des Fachs.</li> <li>• Sie sind in der Lage in Kleingruppen zu arbeiten und wichtige Lerninhalte gemeinsam zu präsentieren.</li> </ul> |                  |                        |
| Lehrinhalte  | Allgemeine Wissenschaftskompetenz <ul style="list-style-type: none"> <li>• Studieneinführende Informationen</li> <li>• Wie studiert man branchenbezogene BWL?</li> <li>• Formen prüfungsrelevanter Leistungen und wie man sie erfolgreich erbringt</li> <li>• Präsentationstechniken</li> <li>• wissenschaftliche Methodenkompetenz</li> </ul> Text- und Sprachkompetenzen <ul style="list-style-type: none"> <li>• Textsorten und deren Eigenheiten</li> <li>• Schritte zur Erstellung eines Textes</li> <li>• Strukturierung und Gestaltung von Texten</li> <li>• Konzeption und Erarbeitung versch. Textarten</li> <li>• Arbeiten mit wissenschaftlichen Texten</li> </ul>   |                  |                        |
| Arbeitslast  | 150 Stunden, davon 56 Std. Präsenzzeit, 94 Std. Selbststudium und Prüfungslast  |                  |                        |
| Prüfungsvorleistungen  |   |                  |                        |

| Lehrformen und Prüfungen | Lehreinheiten  | SWS |     |   |     | Prüfungsleistungen       | Leistungspunkte |
|--------------------------|--|-----|-----|---|-----|--------------------------|-----------------|
|                          |  | V   | S   | P | Ü   |                          |                 |
|                          |  |     | 3.0 |   | 1.0 | Hausarbeit (PH) 4 Wochen | 5.0             |
| Literaturempfehlungen    | werden zu Beginn der Lehrveranstaltung zur Verfügung gestellt                                      |     |     |   |     |                          |                 |
| Verwendbarkeit           | <ul style="list-style-type: none"> <li>Bachelorstudiengang Buchhandel/Verlagswirtschaft</li> </ul> |     |     |   |     |                          |                 |

|  |   |                  |   |                        |   |                    |                      |
|--|---|------------------|---|------------------------|---|--------------------|----------------------|
| <b>Fakultät Medien</b><br>Pflichtmodul<br>Bachelorstudiengang Buchhandel/<br>Verlagswirtschaft |   | Kennzahl<br>1300 |   |                        |   |                    |                      |
| <b>Allgemeine Betriebswirtschaftslehre</b>   |   |                  |   |                        |   |                    |                      |
| Dozententeam<br>verantwortlich   | <u>Dr. Oliver Crönertz</u>  |                  |   |                        |   |                    |                      |
| Moduldauer   | 1 Semester  |                  |   |                        |   |                    |                      |
| Regelsemester  | Wintersemester  | Sommersemester   |   | 1. Semester (jährlich) |   |                    |                      |
| Leistungspunkte  | 5   |                  |   | 5                      |   |                    |                      |
| Unterrichtssprache   | Deutsch   |                  |   |                        |   |                    |                      |
| Voraussetzungen für<br>die Teilnahme   | Keine   |                  |   |                        |   |                    |                      |
| Lernziele/<br>Kompetenzen  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Studierenden erlernen Grundsätze zum Unternehmertum und Wirtschaften</li> <li>• Die Studierenden lernen die Elemente von Geschäftsmodellen kennen</li> <li>• Die Studierenden kennen betriebswirtschaftliche Zusammenhänge (von der Strategie zur operativen Umsetzung)</li> <li>• Die Studierenden kennen die Aufgaben betriebswirtschaftlichen Handels</li> <li>• Die Studierenden kennen die Bestandteile und Gütekriterien eines Business Plans</li> </ul>   |                  |   |                        |   |                    |                      |
| Lehrinhalte  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlagen des Wirtschaftens</li> <li>• Business Planung</li> <li>• Unternehmensziele, -strategien und -führung</li> <li>• Geschäftsmodelle (Business Model Canvas)</li> <li>• Markt- und Umfeldanalyse, Marketing</li> <li>• Konstitutive Unternehmensentscheidungen: Standort- und Rechtsformwahl, Unternehmenskooperationen und -verbindungen</li> <li>• Aufbau- und Ablauforganisation im Unternehmen</li> <li>• Betriebliche Teilfunktionen: Einkauf, Produktion, Verkauf innerhalb der Wertschöpfungskette sowie Managementfunktionen</li> <li>• Finanzen/Rechnungswesen</li> </ul> <p>Im Seminar werden die einzelnen Inhalte anhand eines Muster-Businessplans vertieft.</p> |                  |   |                        |   |                    |                      |
| Arbeitslast  | 150 Stunden, davon 56 Std. Präsenzzeit, 94 Std. Selbststudium und Prüfungslast  |                  |   |                        |   |                    |                      |
| Prüfungsvorleistungen  | Keine   |                  |   |                        |   |                    |                      |
| Lehrformen und<br>Prüfungen  | Lehrinheiten  | SWS              |   |                        |   | Prüfungsleistungen | Leistungs-<br>punkte |
|  |   | V                | S | P                      | Ü |                    |                      |

|                       |   | 2.0 | 2.0 |  |  | Klausurarbeit (90 Minuten) | 5.0 |
|-----------------------|---|-----|-----|--|--|----------------------------|-----|
| Literaturempfehlungen | <ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> <li>• Wöhe/Döring: Einführung in die Betriebswirtschaftslehre</li> <li>• Schmalen/Pechtl: Grundlagen und Probleme der Betriebswirtschaft</li> <li>• Oehlich: Betriebswirtschaftslehre</li> <li>• Osterwalder/Pigneur: Business Model Generation Alle Quellen stets in der aktuellsten Auflage. Weitere Quellen werden zu Beginn der Lehrveranstaltung zur Verfügung gestellt</li> </ul> |     |     |  |  |                            |     |
| Verwendbarkeit        | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bachelorstudiengang Buch- und Medienproduktion</li> <li>• Bachelorstudiengang Buchhandel/Verlagswirtschaft</li> </ul>  |     |     |  |  |                            |     |

|  |  |   |                |                       |                      |
|--|--|---|----------------|-----------------------|----------------------|
| <b>Fakultät Medien</b><br>Pflichtmodul<br>Bachelorstudiengang Buchhandel/<br>Verlagswirtschaft |  | Kennzahl<br>1400  |                |                       |                      |
| <b>Wirtschaftsmathematik und Statistik</b>   |  |   |                |                       |                      |
| Dozententeam<br>verantwortlich   |  | <u>Prof. Dr. rer. nat. habil. Martin Grützmüller</u><br>Dr. Katrin Schubert   |                |                       |                      |
| Moduldauer   |  | 1 Semester  |                |                       |                      |
| Regelsemester  |  | Wintersemester  | Sommersemester | 1 Semester (jährlich) |                      |
| Leistungspunkte  |  | 5   |                | 5                     |                      |
| Unterrichtssprache   |  | Deutsch   |                |                       |                      |
| Voraussetzungen für<br>die Teilnahme   |  | Keine   |                |                       |                      |
| Lernziele/<br>Kompetenzen  |  | Lernziele:<br>Erwerb grundlegender Kenntnisse und Fertigkeiten zum Lösen von Aufgaben aus Finanzmathematik, linearer Optimierung, Differentialrechnung und Statistik Fach- und methodische Kompetenzen: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Beherrschen ausgewählter grundlegender Prinzipien und Verfahren der Finanzmathematik, Analysieren und Lösen konkreter Aufgaben dazu</li> <li>• Sicherheit im Umgang mit funktionalen Zusammenhängen ökonomischer Größen sowie bei der Interpretation von deren Eigenschaften</li> <li>• Grundkenntnisse zur Erstellung und Auswertung statistischer Analysen, sicheres Lösen von anwendungsbezogenen Beispielaufgaben, z.B. aus betrieblicher Statistik und Marktforschung</li> </ul>  |                |                       |                      |
| Lehrinhalte  |  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Finanzmathematik: Zinsrechnung und die vier Grundaufgaben der Finanzmathematik, Abschreibungen, Rentenrechnung, Tilgungsrechnung als Spezialfall der Rentenrechnung, Investitionsrechnung</li> <li>• Mathematische Grundlagen: mathematische Bezeichnungen und Schreibweisen, Gleichungen, Ungleichungen und Gleichungssysteme mit Anwendungen aus der linearen Optimierung, Funktionen einer Variablen mit Beispielen ausgewählter ökonomischer Funktionen</li> <li>• Differentialrechnung: Ableitungsregeln, Untersuchung ausgewählter Eigenschaften von Funktionen, Elastizitäten, lineare Regression</li> <li>• Deskriptive Statistik: Bezeichnungen und Grundbegriffe, Darstellungsmethoden für Daten bei einem Merkmal, statistische Maßzahlen, Ausblick in die Testtheorie</li> </ul> |                |                       |                      |
| Arbeitslast  |  | 150 Stunden, davon 56 Std. Präsenzzeit, 94 Std. Selbststudium und Prüfungslast  |                |                       |                      |
| Prüfungsvorleistungen  |  | Keine   |                |                       |                      |
| Lehrformen und<br>Prüfungen  |  | Lehreinheiten   | SWS            | Prüfungsleistungen    | Leistungs-<br>punkte |

|                       |  | V   | S   | P | Ü |                            |     |
|-----------------------|--|-----|-----|---|---|----------------------------|-----|
|                       |  | 2.0 | 2.0 |   |   | Klausurarbeit (90 Minuten) | 5.0 |
| Literaturempfehlungen | werden zu Beginn der Lehrveranstaltung zur Verfügung gestellt                                      |     |     |   |   |                            |     |
| Verwendbarkeit        | <ul style="list-style-type: none"> <li>Bachelorstudiengang Buchhandel/Verlagswirtschaft</li> </ul> |     |     |   |   |                            |     |

|  |   |                  |             |
|--|---|------------------|-------------|
| <b>Fakultät Medien</b><br>Pflichtmodul<br>Bachelorstudiengang Buchhandel/<br>Verlagswirtschaft |   | Kennzahl<br>1500 |             |
| <b>Elektronisches Publizieren I</b>  |   |                  |             |
| Dozententeam<br>verantwortlich   | <u>Prof. Dr. rer. nat. Klaus Hering</u><br>Prof. Dr.-Ing. habil. Dieter Vyhnal  |                  |             |
| Moduldauer   | 1 Semester  |                  |             |
| Regelsemester  | Wintersemester  | Sommersemester   | 1. Semester |
| Leistungspunkte  | 5   |                  | 5           |
| Unterrichtssprache   | Deutsch   |                  |             |
| Voraussetzungen für die Teilnahme  | Keine   |                  |             |
| Lernziele/<br>Kompetenzen  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Studenten haben grundlegende Kenntnissen über Formen, Darstellung, Erzeugung, Verarbeitung, Präsentation und Kombination digitaler Medien</li> <li>• Sie verfügen über Entscheidungskompetenz für den Einsatz adäquater Medienformen</li> <li>• Sie besitzen Verständnis technischer Zusammenhänge, Anforderungen und Grenzen bei der computerbasierten Verarbeitung digitaler Medien</li> <li>• Die Studierenden haben Grundkenntnisse auf dem Gebiet der Erfassung von Bilddaten mittels Scanner und Digitalkamera.</li> <li>• Sie besitzen Grundkenntnissen im Bereich der digitalen Bildbearbeitung und des Farbmanagements</li> <li>• Sie verfügen über Fähigkeiten und Fertigkeiten im Bereich Bilderfassung mittels Scanner, Fotopraxis und Bildbearbeitungspraxis</li> </ul>   |                  |             |
| Lehrinhalte  | 1510 Multimedia-Grundlagen (Hering) <ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundbegriffe Information, Medien, Multimediales System, Einsatzgebiete multimedialer Anwendungen</li> <li>• Grundlagen der digitalen Medien Medienformen (Text, Grafik/Fotos, Musik/Sprache, Animation, Video), Wahrnehmungsaspekte, physikalische Hintergründe, Formate, Werkzeuge</li> <li>• Entwicklung multimedialer Anwendungen Entwicklungsphasen, Werkzeuge</li> <li>• Multimedia und Internet Multimediale Datenströme, Spezielle Anwendungen</li> <li>• Elektronische Publikationsformen, insbes. E-books</li> </ul> 1520 Bilderfassungs- und Bildbearbeitungstechnik (Vyhnal) <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sensortechnik / Scannertechnik / Kameratechnik / Farbmanagement / Bildbearbeitung / Bildverwaltung</li> <li>• Praktische Übungen zur Bildgestaltung und Bildkomposition mit Spiegelreflexkameras,</li> <li>• Praktische Übungen zur digitalen Bildbearbeitung mit Adobe Photoshop</li> </ul> |                  |             |

|                          |  |     |   |   |     |                               |                      |
|--------------------------|--|-----|---|---|-----|-------------------------------|----------------------|
| Arbeitslast              | 150 Stunden, davon 84 Std. Präsenzzeit, 66 Std. Selbststudium und Prüfungslast                     |     |   |   |     |                               |                      |
| Prüfungsvorleistungen    | Keine  |     |   |   |     |                               |                      |
| Lehrformen und Prüfungen | Lehreinheiten  | SWS |   |   |     | Prüfungsleistungen            | Leistungs-<br>punkte |
|                          |  | V   | S | P | Ü   |                               |                      |
|                          | 1510Multimedia<br>Grundlagen   | 2.0 |   |   |     | Klausurarbeit (90<br>Minuten) | 2.0                  |
|                          | 1520Bilderfassungs-<br>und<br>Bearbeitungstechnik  | 2.0 |   |   | 2.0 | Klausurarbeit (90<br>Minuten) | 3.0                  |
| Literaturempfehlungen    | werden zu Beginn der Lehrveranstaltung zur Verfügung gestellt                                      |     |   |   |     |                               |                      |
| Verwendbarkeit           | <ul style="list-style-type: none"> <li>Bachelorstudiengang Buchhandel/Verlagswirtschaft</li> </ul> |     |   |   |     |                               |                      |

Zum Bestehen der Modulprüfung muss in beiden Prüfungsleistungen mindestens die Note 4,0 (ausreichend) erreicht werden.

|  |   |                  |                        |   |   |                               |                      |
|--|---|------------------|------------------------|---|---|-------------------------------|----------------------|
| <b>Fakultät Medien</b><br>Pflichtmodul<br>Bachelorstudiengang Buchhandel/<br>Verlagswirtschaft |   | Kennzahl<br>2100 |                        |   |   |                               |                      |
| <b>Volkswirtschaftslehre</b>   |   |                  |                        |   |   |                               |                      |
| Dozententeam<br>verantwortlich   | <u>Prof. Dr. Harald Simons</u>  |                  |                        |   |   |                               |                      |
| Moduldauer   | 1 Semester  |                  |                        |   |   |                               |                      |
| Regelsemester  | Wintersemester  | Sommersemester   | 2. Semester (jährlich) |   |   |                               |                      |
| Leistungspunkte  |   | 5                | 5                      |   |   |                               |                      |
| Unterrichtssprache   | Deutsch   |                  |                        |   |   |                               |                      |
| Voraussetzungen für<br>die Teilnahme   | Keine   |                  |                        |   |   |                               |                      |
| Lernziele/<br>Kompetenzen  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Studenten kennen grundlegende volkswirtschaftlicher Annahmen und Modelle</li> <li>• Sie erwerben die Fähigkeit zur Anwendung volkswirtschaftlicher Modelle auf aktuelle Praxisfälle</li> <li>• Sie sind zur kritischen Diskussion volkswirtschaftspolitischer Strategien befähigt</li> </ul> |                  |                        |   |   |                               |                      |
| Lehrinhalte  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mikroökonomie</li> <li>• Markt und Wettbewerb</li> <li>• Marktversagensgründe</li> <li>• Einführung Makroökonomik</li> </ul>   |                  |                        |   |   |                               |                      |
| Arbeitslast  | 150 Stunden, davon 56 Std. Präsenzzeit, 94 Std. Selbststudium und Prüfungslast  |                  |                        |   |   |                               |                      |
| Prüfungsvorleistungen  |   |                  |                        |   |   |                               |                      |
| Lehrformen und<br>Prüfungen  | Lehreinheiten   | SWS              |                        |   |   | Prüfungsleistungen            | Leistungs-<br>punkte |
|  |   | V                | S                      | P | Ü |                               |                      |
|  |   | 4.0              |                        |   |   | Klausurarbeit (90<br>Minuten) | 5.0                  |
| Literaturempfehlungen  | werden zu Beginn der Lehrveranstaltung zur Verfügung gestellt   |                  |                        |   |   |                               |                      |
| Verwendbarkeit   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bachelorstudiengang Buchhandel/Verlagswirtschaft</li> </ul>  |                  |                        |   |   |                               |                      |

|  |  |                  |                        |
|--|--|------------------|------------------------|
| <b>Fakultät Medien</b><br>Pflichtmodul<br>Bachelorstudiengang Buchhandel/<br>Verlagswirtschaft |  | Kennzahl<br>2200 |                        |
| <b>Handelsbetriebslehre</b>  |  |                  |                        |
| Dozententeam<br>verantwortlich   | <u>Prof. Dr. Randolph Dieckmann</u>  |                  |                        |
| Moduldauer   | 1 Semester   |                  |                        |
| Regelsemester  | Wintersemester   | Sommersemester   | 2. Semester (jährlich) |
| Leistungspunkte  |  | 5                | 5                      |
| Unterrichtssprache   | Deutsch  |                  |                        |
| Voraussetzungen für<br>die Teilnahme   | Keine  |                  |                        |
| Lernziele/<br>Kompetenzen  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Studenten kennen die Grundbegriffe im Einzelhandel und akzeptieren die Notwendigkeit von Handelsbetrieben</li> <li>• Die Studenten können die Existenzberechtigung des Handels mit Hilfe der Transaktionskostentheorie zeigen</li> <li>• Sie kennen die Funktionen von Handelsbetrieben und können sie erläutern</li> <li>• Sie verstehen die Probleme der handelsbetrieblichen Leistungserstellung und können diese erläutern</li> <li>• Sie kennen die wesentlichen Kostenarten von Handelsbetrieben und deren Bedeutung</li> <li>• Sie kennen und akzeptieren die Wichtigkeit personal- und warenwirtschaftlicher Fragestellungen in Handelsbetrieben und können sie auf unbekannte Problemstellungen übertragen</li> <li>• Sie können ausgewählte Fragen der handelsbetrieblichen Strukturpolitik erläutern und mit Hilfe geeigneter Methoden bearbeiten.</li> <li>• Sie haben die Kompetenz, handelsbetriebliche Maßnahmen zu beurteilen und auf den Buchhandel zu übertragen</li> </ul> |                  |                        |
| Lehrinhalte  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundbegriffe und Bedeutung des Handels</li> <li>• Transaktionskostentheorie</li> <li>• Funktionen des Handels</li> <li>• Faktoreinsatz und Leistungserstellung im Handelsbetrieb</li> <li>• Die Kosten des Handelsbetriebes</li> <li>• Personalwirtschaft in Handelsbetrieben</li> <li>• Sortimentspolitik im Einzelhandel</li> <li>• Strukturpolitik im Einzelhandel</li> <li>• Betriebstypen im Einzelhandel</li> <li>• Wirtschaftlichkeitskontrolle in Handelsbetrieben</li> </ul>  |                  |                        |
| Arbeitslast  | 150 Stunden, davon 28 Std. Präsenzzeit, 122 Std. Selbststudium und Prüfungslast  |                  |                        |

|                          |  |     |   |   |   |                               |                      |
|--------------------------|--|-----|---|---|---|-------------------------------|----------------------|
| Prüfungsvorleistungen    | Keine  |     |   |   |   |                               |                      |
| Lehrformen und Prüfungen | Lehreinheiten  | SWS |   |   |   | Prüfungsleistungen            | Leistungs-<br>punkte |
|                          |  | V   | S | P | Ü |                               |                      |
|                          |  | 2.0 |   |   |   | Klausurarbeit (90<br>Minuten) | 5.0                  |
| Literaturempfehlungen    | werden zu Beginn der Lehrveranstaltung zur Verfügung gestellt                                      |     |   |   |   |                               |                      |
| Verwendbarkeit           | <ul style="list-style-type: none"> <li>Bachelorstudiengang Buchhandel/Verlagswirtschaft</li> </ul> |     |   |   |   |                               |                      |

|  |   |                  |                       |   |   |                               |                      |
|--|---|------------------|-----------------------|---|---|-------------------------------|----------------------|
| <b>Fakultät Medien</b><br>Pflichtmodul<br>Bachelorstudiengang Buchhandel/<br>Verlagswirtschaft |   | Kennzahl<br>2300 |                       |   |   |                               |                      |
| <b>Buchführung</b>   |   |                  |                       |   |   |                               |                      |
| Dozententeam<br>verantwortlich   | <u>Prof. Dr. Rüdiger Ulrich</u>   |                  |                       |   |   |                               |                      |
| Moduldauer   | 1 Semester  |                  |                       |   |   |                               |                      |
| Regelsemester  | Wintersemester  | Sommersemester   | . Semester (jährlich) |   |   |                               |                      |
| Leistungspunkte  |   | 5                | 5                     |   |   |                               |                      |
| Unterrichtssprache   | Deutsch   |                  |                       |   |   |                               |                      |
| Voraussetzungen für<br>die Teilnahme   | Keine   |                  |                       |   |   |                               |                      |
| Lernziele/<br>Kompetenzen  | Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> <li>• kennen die Rechtsgrundlagen zur Aufstellung einer Bilanz</li> <li>• können aus einem Inventar eine Eröffnungsbilanz erstellen</li> <li>• können Geschäftsvorfälle buchen und die Konten abschließen</li> <li>• können eine Schlussbilanz und GuV aufstellen</li> </ul>  |                  |                       |   |   |                               |                      |
| Lehrinhalte  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Einführung in die Buchführung</li> <li>• Buchführungs- und Aufzeichnungsvorschriften, Inventur und Inventar</li> <li>• Eröffnungsbilanz</li> <li>• Bestandskonten</li> <li>• Erfolgskonten</li> <li>• Buchungssätze</li> <li>• Buchung betrieblicher Vorgänge</li> <li>• Abschluss der Konten</li> <li>• Aufstellen der Schlussbilanz und Gewinn- und Verlustrechnung</li> </ul> |                  |                       |   |   |                               |                      |
| Arbeitslast  | 150 Stunden, davon 42 Std. Präsenzzeit, 108 Std. Selbststudium und Prüfungslast   |                  |                       |   |   |                               |                      |
| Prüfungsvorleistungen  | Keine   |                  |                       |   |   |                               |                      |
| Lehrformen und<br>Prüfungen  | Lehreinheiten   | SWS              |                       |   |   | Prüfungsleistungen            | Leistungs-<br>punkte |
|  |   | V                | S                     | P | Ü |                               |                      |
|  |   | 3.0              |                       |   |   | Klausurarbeit (90<br>Minuten) | 5.0                  |
| Literaturempfehlungen  | werden zu Beginn der Lehrveranstaltung zur Verfügung gestellt   |                  |                       |   |   |                               |                      |
| Verwendbarkeit   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bachelorstudiengang Buchhandel/Verlagswirtschaft</li> </ul>  |                  |                       |   |   |                               |                      |

|  |   |                  |                        |
|--|---|------------------|------------------------|
| <b>Fakultät Medien</b><br>Pflichtmodul<br>Bachelorstudiengang Buchhandel/<br>Verlagswirtschaft |   | Kennzahl<br>2400 |                        |
| <b>Marketing I: Marketing-Grundlagen</b>   |   |                  |                        |
| Dozententeam<br>verantwortlich   | <u>Prof. Dr. Harald Möbus</u><br>Dipl.-Lehrerin Regina Bruch  |                  |                        |
| Moduldauer   | 1 Semester  |                  |                        |
| Regelsemester  | Wintersemester  | Sommersemester   | 2. Semester (jährlich) |
| Leistungspunkte  |   | 5                | 5                      |
| Unterrichtssprache   | Deutsch/Englisch  |                  |                        |
| Voraussetzungen für<br>die Teilnahme   | Keine   |                  |                        |
| Lernziele/<br>Kompetenzen  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Studenten kennen die Möglichkeiten marktorientierter Unternehmensführung</li> <li>• Sie akzeptieren die Notwendigkeit, die Unternehmenstätigkeiten am Markt auszurichten</li> <li>• Sie kennen das Nachfragerverhalten auf Konsum- und Investitionsgütermärkten</li> <li>• Sie kennen das Ziel und die Ausprägungen der Marketinginstrumente</li> <li>• Sie werden zum Umgang mit Marktforschungsstudien befähigt</li> <li>• Sie können marktorientierte Verhaltensweisen planen, durchführen und reflektieren</li> <li>• Die Studierenden können Fachtexte lesen und wiedergeben und haben einen Überblick über Branchenspezifika der Medienbranche</li> <li>• Die Studierenden können internationale Entwicklungen und Tendenzen erkennen und interpretieren in der Fremdsprache</li> <li>• Sie können eigene Texte in Englisch verfassen und ihren Standpunkt äußern</li> <li>• Sie können berufs- und fachbezogene Kommunikation in Englisch führen</li> <li>• Sie erfassen, werten aus und präsentieren fach- und berufsbezogene Zusammenhänge in der Fremdsprache</li> <li>• Sie beherrschen die fachspezifische Terminologie in Deutsch und Englisch</li> </ul> |                  |                        |
| Lehrinhalte  | 2410 Marketing-Grundlagen <ul style="list-style-type: none"> <li>• Elemente der marktorientierten Unternehmensführung</li> <li>• Strategische Entscheidungen im Marketing</li> <li>• Der Marketing-Prozess</li> <li>• Marketing-Instrumente und ihr zielgerichteter Einsatz</li> <li>• Nachfrageverhalten, Zielgruppenbestimmung und Marktforschung</li> <li>• Strategische Unternehmensführung unter Marketinggesichtspunkten</li> </ul> 2420 ESP I for Bookselling and Publishing <ul style="list-style-type: none"> <li>• Publishing houses and Bookshops</li> <li>• Departments and departmental responsibilities</li> <li>• Corporate culture</li> </ul>   |                  |                        |

|                          |  |     |     |   |   |  |                      |
|--------------------------|--|-----|-----|---|---|--|----------------------|
|                          | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Terminology on company organisation and ownership forms</li> <li>• Business plan and finding a niche in the market</li> <li>• Intercultural awareness in terms of publishing and bookselling</li> <li>• Presentation techniques</li> <li>• Current issues in the publishing and bookselling line</li> </ul> |     |     |   |   |  |                      |
| Arbeitslast              | 150 Stunden, davon 56 Std. Präsenzzeit, 94 Std. Selbststudium und Prüfungslast   |     |     |   |   |  |                      |
| Prüfungsvorleistungen    | Keine  |     |     |   |   |  |                      |
| Lehrformen und Prüfungen | Lehreinheiten  | SWS |     |   |   | Prüfungsleistungen                         | Leistungs-<br>punkte |
|                          |  | V   | S   | P | Ü |  |                      |
|                          | 2410Marketing-Grundlagen   | 2.0 |     |   |   | Klausurarbeit (90 Minuten)                 | 3.0                  |
|                          | 2420ESP I for Bookselling and Publishing   |     | 2.0 |   |   | Klausurarbeit (90 Minuten) ohne Wörterbuch | 2.0                  |
| Literaturempfehlungen    | werden zu Beginn der Lehrveranstaltung zur Verfügung gestellt  |     |     |   |   |  |                      |
| Verwendbarkeit           | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bachelorstudiengang Buchhandel/Verlagswirtschaft</li> </ul>   |     |     |   |   |  |                      |

|  |  |                  |             |
|--|--|------------------|-------------|
| <b>Fakultät Medien</b><br>Pflichtmodul<br>Bachelorstudiengang Buchhandel/<br>Verlagswirtschaft |  | Kennzahl<br>2500 |             |
| <b>Elektronisches Publizieren II</b>   |  |                  |             |
| Dozententeam<br>verantwortlich   | <u>Dipl.-Ing. Andree Bertel</u><br>Prof. Friedrich Figge   |                  |             |
| Moduldauer   | 1 Semester   |                  |             |
| Regelsemester  | Wintersemester   | Sommersemester   | 2. Semester |
| Leistungspunkte  |  | 5                | 5           |
| Unterrichtssprache   | Deutsch  |                  |             |
| Voraussetzungen für<br>die Teilnahme   | Keine  |                  |             |
| Lernziele/<br>Kompetenzen  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Studenten haben Grundkenntnissen der Kommunikations- und Netzwerktechnik und sind befähigt zur Durchführung einfacher praktischer Handlungen auf diesem Gebiet</li> <li>• Sie kennen aktuelle Entwicklungen des Elektronischen Publizierens, haben ein Verständnis hinsichtlich des kontinuierlichen Wandels des EP und können Informationsquellen darüber nachhaltig nutzen</li> <li>• Die Studenten können die Besonderheiten verschiedener Zielgruppen bei der Entwicklung von EP/Social Media-Produkten berücksichtigen</li> <li>• Sie kennen die grundsätzliche Vorgehensweise bei der Entwicklung von EP/Social Media-Produkten und können sie praktisch im Rahmen eines Fallbeispiels, einer Konzeption o. ä. anwenden</li> </ul>  |                  |             |
| Lehrinhalte  | 2510 Kommunikations- und Netzwerktechnik (Bertel) <ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlagen der DFÜ</li> <li>• Vernetzung von Rechnern im LAN</li> <li>• Netzwerkmanagement</li> <li>• Netzwerk-Betriebssystem</li> <li>• Installation und Konfiguration</li> <li>• Installation von Anwendersoftware im Netz</li> <li>• Nutzung von WAN</li> <li>• Technische Voraussetzungen, Zugangsvoraussetzungen</li> <li>• Internetdienste, Informationsdienste, Nutzung von Suchwerkzeugen</li> </ul> 2520 Konzeption von Elektronischen/Social Media-Publikationen (Figge) <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aktuelle Bedeutung des Begriffs "Electronic Publishing" (EP)</li> <li>• Unterscheidung verschiedener Ebenen der EP-Pyramide</li> <li>• Besonderheiten unterschiedlicher Zielgruppen</li> <li>• Produktentwicklung: Allg. Vorgehensweise und Technikauswahl</li> <li>• Fallbeispiel und/oder Konzeption eines EP/Social Media-Produktes</li> </ul> |                  |             |

|                          |  |     |     |   |     |                            |                      |
|--------------------------|--|-----|-----|---|-----|----------------------------|----------------------|
| Arbeitslast              | 150 Stunden, davon 56 Std. Präsenzzeit, 94 Std. Selbststudium und Prüfungslast                     |     |     |   |     |                            |                      |
| Prüfungsvorleistungen    | Keine  |     |     |   |     |                            |                      |
| Lehrformen und Prüfungen | Lehreinheiten  | SWS |     |   |     | Prüfungsleistungen         | Leistungs-<br>punkte |
|                          |  | V   | S   | P | Ü   |                            |                      |
|                          | 2510 Kommunikations- und Netzwerktechnik   |     | 1.0 |   | 1.0 | Klausurarbeit (90 Minuten) | 2.0                  |
|                          | 2520 Konzeption von Elektronischen/Social Media-Publikationen                                      | 1.0 |     |   | 1.0 | Präsentation (60 Minuten)  | 3.0                  |
| Literaturempfehlungen    | werden zu Beginn der Lehrveranstaltung zur Verfügung gestellt                                      |     |     |   |     |                            |                      |
| Verwendbarkeit           | <ul style="list-style-type: none"> <li>Bachelorstudiengang Buchhandel/Verlagswirtschaft</li> </ul> |     |     |   |     |                            |                      |

Zum Bestehen der Modulprüfung muss in beiden Prüfungsleistungen mindestens die Note 4,0 (ausreichend) erreicht werden.

|  |   |                  |     |                               |   |                               |                      |
|--|---|------------------|-----|-------------------------------|---|-------------------------------|----------------------|
| <b>Fakultät Medien</b><br>Pflichtmodul<br>Bachelorstudiengang Buchhandel/<br>Verlagswirtschaft |   | Kennzahl<br>3100 |     |                               |   |                               |                      |
| <b>Publikationsprozesse</b>  |   |                  |     |                               |   |                               |                      |
| Dozententeam<br>verantwortlich   | <u>Prof. Dr. Ernst-Peter Biesalski</u><br>Prof. Dr. Heiko Hartmann  |                  |     |                               |   |                               |                      |
| Moduldauer   | 2 Semester  |                  |     |                               |   |                               |                      |
| Regelsemester  | Wintersemester  | Sommersemester   |     | 3. und 4. Semester (jährlich) |   |                               |                      |
| Leistungspunkte  | 5   | 5                |     | 10                            |   |                               |                      |
| Unterrichtssprache   | Deutsch   |                  |     |                               |   |                               |                      |
| Voraussetzungen für<br>die Teilnahme   | Keine   |                  |     |                               |   |                               |                      |
| Lernziele/<br>Kompetenzen  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Studierenden kennen die unterschiedlichen inhaltlich und technisch definierten Prozesse in der Medienproduktion,</li> <li>• sie sind in der Lage gedruckte aber auch elektronische Medien sachgerecht zu beschreiben,</li> <li>• sie haben grundlegende Kenntnisse zur technischen Produktion dieser Medien und zur Einhaltung von Qualitätsstandards,</li> <li>• sie können Medien hinsichtlich ihrer inhaltlichen, technischen und gestalterischen Qualität beurteilen</li> <li>• sie können die mit der Medienerstellung verbundenen Kosten einschätzen</li> </ul>                            |                  |     |                               |   |                               |                      |
| Lehrinhalte  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Prozesse der Medienproduktion</li> <li>• von der Autorenakquise bis zur Gewinnung marktadäquater Qualitätskriterien</li> <li>• Inhaltgenerierung, -selektion und -verarbeitung</li> <li>• Grundlagen der Medienproduktion (print und digital)</li> <li>• allgemeine Grundlagen des Mediendesigns</li> <li>• welche Inhalte für welche Kunden in welchen Medien</li> <li>• Medienproduktion unter Berücksichtigung der Konsumentenpsychologie</li> <li>• Grundlagen des Qualitätsmanagements</li> <li>• Instrumente der Prozess-Steuerung in Medienunternehmen (Verlagssoftware, CMS, CRM)</li> </ul> |                  |     |                               |   |                               |                      |
| Arbeitslast  | 300 Stunden, davon 84 Std. Präsenzzeit, 216 Std. Selbststudium und Prüfungslast   |                  |     |                               |   |                               |                      |
| Prüfungsvorleistungen  | Keine   |                  |     |                               |   |                               |                      |
| Lehrformen und<br>Prüfungen  | Lehreinheiten   | SWS              |     |                               |   | Prüfungsleistungen            | Leistungs-<br>punkte |
|  |   | V                | S   | P                             | Ü |                               |                      |
|  | 3110Lehreinheit 1   | 2.0              | 2.0 |                               |   | Klausurarbeit (90<br>Minuten) | 5.0                  |

|                       |   |  |     |  |  |                       |     |
|-----------------------|---|--|-----|--|--|-----------------------|-----|
|                       | 3120Lehreinheit 2   |  | 2.0 |  |  | Hausarbeit (4 Wochen) | 5.0 |
| Literaturempfehlungen | werden zu Beginn der Lehrveranstaltung zur Verfügung gestellt |  |     |  |  |                       |     |
| Verwendbarkeit        | • Bachelorstudiengang Buchhandel/Verlagswirtschaft            |  |     |  |  |                       |     |

|  |  |   |                |     |             |                    |  |                      |  |
|--|--|---|----------------|-----|-------------|--------------------|--|----------------------|--|
| <b>Fakultät Medien</b><br>Pflichtmodul<br>Bachelorstudiengang Buchhandel/<br>Verlagswirtschaft |  | Kennzahl<br>3200  |                |     |             |                    |  |                      |  |
| <b>ESP II for Bookselling and Publishing</b>   |  |   |                |     |             |                    |  |                      |  |
| Dozententeam<br>verantwortlich   |  | <u>Dipl.-Lehrerin Regina Bruch</u>  |                |     |             |                    |  |                      |  |
| Moduldauer   |  | 1 Semester  |                |     |             |                    |  |                      |  |
| Regelsemester  |  | Wintersemester  | Sommersemester |     | 3. Semester |                    |  |                      |  |
| Leistungspunkte  |  | 5   |                |     | 5           |                    |  |                      |  |
| Unterrichtssprache   |  | Englisch  |                |     |             |                    |  |                      |  |
| Voraussetzungen für<br>die Teilnahme   |  | Abiturkenntnisse  |                |     |             |                    |  |                      |  |
| Lernziele/<br>Kompetenzen  |  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Studenten besitzen die Fähigkeit, eine Bewerbung zu verfassen</li> <li>• Sie haben einen Überblick über Strategien von Vorstellungsgesprächen</li> <li>• Die Studenten verstehen Lese- und Hörtexte in der Fremdsprache zu Themen der Zielgruppenproblematik, Marktforschungsinstrumenten sowie aktuellen Marketingkampagnen der Medienbranche</li> <li>• Die Studenten besitzen die Fähigkeit eigene innovative Ideen zur Leseförderung zu entwickeln und in der Fremdsprache zu präsentieren</li> <li>• Sie führen berufs- und fachbezogene Kommunikation in Englisch</li> <li>• Sie erfassen, werten aus und präsentieren fach- und berufsbezogene Zusammenhänge in der Fremdsprache</li> <li>• Sie beherrschen die fachspezifische Terminologie in Deutsch und Englisch</li> </ul> |                |     |             |                    |  |                      |  |
| Lehrinhalte  |  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Applying for an internship or for a position in the media line</li> <li>• Terminology on media, advertising, and marketing</li> <li>• Reading promotion initiatives worldwide</li> <li>• Target groups and their special requests</li> <li>• Writing press releases</li> <li>• Writing book reviews</li> <li>• Current issues in the publishing and bookselling line</li> <li>• Terminology on company organisation and ownership forms</li> <li>• Presenting company reports / Explaining graphs and trends</li> </ul>  |                |     |             |                    |  |                      |  |
| Arbeitslast  |  | 150 Stunden, davon 28 Std. Präsenzzeit, 122 Std. Selbststudium und Prüfungslast   |                |     |             |                    |  |                      |  |
| Prüfungsvorleistungen  |  | Keine   |                |     |             |                    |  |                      |  |
| Lehrformen und<br>Prüfungen  |  | Lehreinheiten   |                | SWS |             | Prüfungsleistungen |  | Leistungs-<br>punkte |  |
|  |  |   |                | V   | S           |                    |  |                      |  |

|                       |  |  |     |  |  |  |     |
|-----------------------|--|--|-----|--|--|--|-----|
|                       |  |  | 2.0 |  |  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Präsentation (20 Minuten)</li> <li>• Klausurarbeit (90 Minuten) einfache Wichtung, Ohne Wörterbuch</li> </ul> | 5.0 |
| Literaturempfehlungen | werden zu Beginn der Lehrveranstaltung im Digiboard zur Verfügung gestellt; zusätzliche Materialien werden in den Seminaren ausgeteilt |  |     |  |  |  |     |
| Verwendbarkeit        | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bachelorstudiengang Buchhandel/Verlagswirtschaft</li> </ul>                                   |  |     |  |  |  |     |

|  |  |                  |   |                        |   |                    |                      |
|--|--|------------------|---|------------------------|---|--------------------|----------------------|
| <b>Fakultät Medien</b><br>Pflichtmodul<br>Bachelorstudiengang Buchhandel/<br>Verlagswirtschaft |  | Kennzahl<br>3300 |   |                        |   |                    |                      |
| <b>Kosten- und Leistungsrechnung</b>   |  |                  |   |                        |   |                    |                      |
| Dozententeam<br>verantwortlich   | <u>Prof. Dr. Randolph Dieckmann</u>  |                  |   |                        |   |                    |                      |
| Moduldauer   | 1 Semester   |                  |   |                        |   |                    |                      |
| Regelsemester  | Wintersemester   | Sommersemester   |   | 3. Semester (jährlich) |   |                    |                      |
| Leistungspunkte  | 5  |                  |   | 5                      |   |                    |                      |
| Unterrichtssprache   | Deutsch  |                  |   |                        |   |                    |                      |
| Voraussetzungen für<br>die Teilnahme   | Keine  |                  |   |                        |   |                    |                      |
| Lernziele/<br>Kompetenzen  | <p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• kennen verschiedene Kostenrechnungssystematiken und können die Begriffe der Kosten- und Leistungsrechnung gegeneinander abgrenzen</li> <li>• kennen die Unterschiede zwischen Voll- und Teilkostenrechnung und können diese erläutern</li> <li>• kennen die Bedeutung der wesentlichen Kostenarten und können Mengen und Preise mit Hilfe verschiedener Methoden bestimmen</li> <li>• kennen den Aufbau und die Funktion eines Betriebsabrechnungsbogens und können ihn anwenden</li> <li>• kennen verschiedene Arten der Kostenträgerrechnung und können eine Kalkulation vornehmen</li> <li>• kennen die verschiedenen Arten der Handelskalkulation und können sie anwenden.</li> </ul> |                  |   |                        |   |                    |                      |
| Lehrinhalte  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Einführung in die Kosten- und Leistungsrechnung</li> <li>• Kostenrechnungssysteme</li> <li>• Kostenartenrechnung</li> <li>• Kostenstellenrechnung</li> <li>• Kostenträgerstück- und Kostenträgerzeitrechnung</li> <li>• Handelskalkulation</li> <li>• Managementerfolgsrechnung</li> </ul>  |                  |   |                        |   |                    |                      |
| Arbeitslast  | 150 Stunden, davon 56 Std. Präsenzzeit, 94 Std. Selbststudium und Prüfungslast   |                  |   |                        |   |                    |                      |
| Prüfungsvorleistungen  | Keine  |                  |   |                        |   |                    |                      |
| Lehrformen und<br>Prüfungen  | Lehreinheiten  | SWS              |   |                        |   | Prüfungsleistungen | Leistungs-<br>punkte |
|  |  | V                | S | P                      | Ü |                    |                      |

|                       |  |     |  |  |  |                            |     |
|-----------------------|--|-----|--|--|--|----------------------------|-----|
|                       |  | 4.0 |  |  |  | Klausurarbeit (90 Minuten) | 5.0 |
| Literaturempfehlungen | werden zu Beginn der Lehrveranstaltung zur Verfügung gestellt                                      |     |  |  |  |                            |     |
| Verwendbarkeit        | <ul style="list-style-type: none"> <li>Bachelorstudiengang Buchhandel/Verlagswirtschaft</li> </ul> |     |  |  |  |                            |     |

|  |   |                  |                        |
|--|---|------------------|------------------------|
| <b>Fakultät Medien</b><br>Pflichtmodul<br>Bachelorstudiengang Buchhandel/<br>Verlagswirtschaft |   | Kennzahl<br>3400 |                        |
| <b>Controlling</b>   |   |                  |                        |
| Dozententeam<br>verantwortlich   | <u>Prof. Dr. Randolph Dieckmann</u>   |                  |                        |
| Moduldauer   | 1 Semester  |                  |                        |
| Regelsemester  | Wintersemester  | Sommersemester   | 3. Semester (jährlich) |
| Leistungspunkte  | 5   |                  | 5                      |
| Unterrichtssprache   | Deutsch   |                  |                        |
| Voraussetzungen für<br>die Teilnahme   | Keine   |                  |                        |
| Lernziele/<br>Kompetenzen  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Studenten können erläutern, was unter Controlling zu verstehen ist und können die Begriffe "Controlling" und "Controller" voneinander abgrenzen</li> <li>• Sie kennen die Notwendigkeit von Controlling als Managementaufgabe</li> <li>• Sie können den Controllingprozess als Kreislauf zwischen Planung, Kontrolle und Steuerung beschreiben und den jeweiligen Sub-Prozessen die geeigneten Instrumente zuordnen</li> <li>• Sie können eine kurzfristige Planung für eine Buchhandlung oder einen kleinen Verlag erstellen</li> <li>• Sie kennen die branchentypischen Kennzahlen und können diese erläutern</li> <li>• Sie kennen die wesentlichen Instrumente verschiedener Controllinganwendungen</li> <li>• Sie kennen Besonderheiten des Controllings in verschiedenen Medienunternehmen</li> <li>• Sie sind in der Lage, Fragen der Planung, Kontrolle und Steuerung mit Controllern aus Unternehmen zu diskutieren und die Vorschläge von Controllern zu bewerten</li> </ul> |                  |                        |
| Lehrinhalte  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Funktionen und Instrumente des Controlling</li> <li>• Controlling als Kreislauf von Planung, Kontrolle und Steuerung</li> <li>• Die Zielsetzung des Unternehmens</li> <li>• Planungsverfahren und -methoden</li> <li>• Kurz- und mittelfristige Planung in Medienunternehmen</li> <li>• Kennzahlen als Instrumente der Soll-Ist-Abweichungsanalyse</li> <li>• Berichtswesen als Informationsinstrument des Controllings</li> <li>• Deckungsbeitragsrechnungen als Planungs- und Kontrollinstrument in Medienunternehmen</li> <li>• Vertriebscontrolling, Produkt-, Kundengruppen und Profitcenter-Deckungsbeitragsanalysen</li> <li>• Controlling in speziellen Medienunternehmen</li> </ul>   |                  |                        |
| Arbeitslast  | 150 Stunden, davon 28 Std. Präsenzzeit, 122 Std. Selbststudium und Prüfungslast   |                  |                        |

|                          |  |     |     |   |   |                               |                      |
|--------------------------|--|-----|-----|---|---|-------------------------------|----------------------|
| Prüfungsvorleistungen    | Keine  |     |     |   |   |                               |                      |
| Lehrformen und Prüfungen | Lehreinheiten  | SWS |     |   |   | Prüfungsleistungen            | Leistungs-<br>punkte |
|                          |  | V   | S   | P | Ü |                               |                      |
|                          |  |     | 2.0 |   |   | Klausurarbeit (90<br>Minuten) | 5.0                  |
| Literaturempfehlungen    | werden zu Beginn der Lehrveranstaltung zur Verfügung gestellt                                      |     |     |   |   |                               |                      |
| Verwendbarkeit           | <ul style="list-style-type: none"> <li>Bachelorstudiengang Buchhandel/Verlagswirtschaft</li> </ul> |     |     |   |   |                               |                      |

|  |   |                  |   |                        |   |                               |                      |
|--|---|------------------|---|------------------------|---|-------------------------------|----------------------|
| <b>Fakultät Medien</b><br>Pflichtmodul<br>Bachelorstudiengang Buchhandel/<br>Verlagswirtschaft |   | Kennzahl<br>3500 |   |                        |   |                               |                      |
| <b>Marketing II: Medienmarketing</b>   |   |                  |   |                        |   |                               |                      |
| Dozententeam<br>verantwortlich   | <u>Prof. Dr. Gunter Janssen</u>   |                  |   |                        |   |                               |                      |
| Moduldauer   | 1 Semester  |                  |   |                        |   |                               |                      |
| Regelsemester  | Wintersemester  | Sommersemester   |   | 3. Semester (jährlich) |   |                               |                      |
| Leistungspunkte  | 5   |                  |   | 5                      |   |                               |                      |
| Unterrichtssprache   | Deutsch   |                  |   |                        |   |                               |                      |
| Voraussetzungen für<br>die Teilnahme   | Keine   |                  |   |                        |   |                               |                      |
| Lernziele/<br>Kompetenzen  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Studierende kennen die Spezifik des Medienmarktes</li> <li>• Studierende kennen das Nachfrageverhalten auf den Konsum- und Investitionsgütermärkten in der Medienbranche</li> <li>• Studierende wenden die Marketinginstrumente und Marketingmethoden auf spezifischen Medienmärkten an</li> <li>• Studierende gehen sicher mit Marktforschungsstudien zu Medienmärkten um</li> <li>• Studierende planen marktorientierte Verhaltensweisen, führen diese durch und reflektieren ihre Verhaltensweisen</li> </ul>   |                  |   |                        |   |                               |                      |
| Lehrinhalte  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Medienmarketing als marktorientierte Unternehmensführung</li> <li>• Philosophien, Entwicklungen und Konzepte, Entscheidungstheorie und Unternehmensforschung</li> <li>• Informationsgrundlagen, Konsumenten- und Nachfrageverhalten, Mediennutzung, Markt- und Medienforschung, Datenanalyse</li> <li>• Medienmarketing - Marketing, Strategien, Prozesse und Planung auf multiplen Märkten</li> <li>• Marketing-Mix, Instrumente und Methoden im Medienmarkt und ihr zielgerichteter Einsatz</li> <li>• Marketingimplementierung und Marketingcontrolling</li> <li>• Innovation und Zukunftsperspektiven</li> </ul> |                  |   |                        |   |                               |                      |
| Arbeitslast  | 150 Stunden, davon 28 Std. Präsenzzeit, 122 Std. Selbststudium und Prüfungslast   |                  |   |                        |   |                               |                      |
| Prüfungsvorleistungen  | Keine   |                  |   |                        |   |                               |                      |
| Lehrformen und<br>Prüfungen  | Lehreinheiten   | SWS              |   |                        |   | Prüfungsleistungen            | Leistungs-<br>punkte |
|  |   | V                | S | P                      | Ü |                               |                      |
|  |   | 2.0              |   |                        |   | Klausurarbeit (90<br>Minuten) | 5.0                  |

|                       |  |
|-----------------------|--|
| Literaturempfehlungen | werden zu Beginn der Lehrveranstaltung zur Verfügung gestellt                                      |
| Verwendbarkeit        | <ul style="list-style-type: none"><li>• Bachelorstudiengang Buchhandel/Verlagswirtschaft</li></ul> |

|  |  |                  |     |                        |   |  |                      |
|--|--|------------------|-----|------------------------|---|--|----------------------|
| <b>Fakultät Medien</b><br>Pflichtmodul<br>Bachelorstudiengang Buchhandel/<br>Verlagswirtschaft |  | Kennzahl<br>4100 |     |                        |   |  |                      |
| <b>Medienhandelsmanagement</b>   |  |                  |     |                        |   |  |                      |
| Dozententeam<br>verantwortlich   | <u>Prof. Dr. Holger Müller</u>   |                  |     |                        |   |  |                      |
| Moduldauer   | 1 Semester   |                  |     |                        |   |  |                      |
| Regelsemester  | Wintersemester   | Sommersemester   |     | 4. Semester (jährlich) |   |  |                      |
| Leistungspunkte  |  | 5                |     | 5                      |   |  |                      |
| Unterrichtssprache   | Deutsch  |                  |     |                        |   |  |                      |
| Voraussetzungen für<br>die Teilnahme   | Keine  |                  |     |                        |   |  |                      |
| Lernziele/<br>Kompetenzen  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Die Studenten erwerben grundlegende und vertiefende Kenntnisse zur Planung, Steuerung und Kontrolle unternehmensinterner und unternehmensübergreifender Prozesse des Güter- und Informationsflusses.</li> <li>Die Studenten sind in der Lage, Logistiksysteme zu analysieren, zu bewerten und unter Optimierungsaspekten zu gestalten.</li> </ul> |                  |     |                        |   |  |                      |
| Lehrinhalte  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Grundwissen zur Materialwirtschaft und unternehmensinterner Logistik mit Schnittstellen zur externen Logistik (Verkehrslogistik)</li> <li>Güterbeschaffung, Güterdisposition, Lagerwirtschaft, Kommissionierung, Verpackung und Güterentsorgung</li> </ul>  |                  |     |                        |   |  |                      |
| Arbeitslast  | 150 Stunden, davon 28 Std. Präsenzzeit, 122 Std. Selbststudium und Prüfungslast  |                  |     |                        |   |  |                      |
| Prüfungsvorleistungen  | Keine  |                  |     |                        |   |  |                      |
| Lehrformen und<br>Prüfungen  | Lehreinheiten  | SWS              |     |                        |   | Prüfungsleistungen   | Leistungs-<br>punkte |
|  |  | V                | S   | P                      | Ü |  |                      |
|  |  |                  | 2.0 |                        |   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Hausarbeit (4 Wochen)</li> <li>Präsentation (30 Minuten)</li> </ul> | 5.0                  |
| Literaturempfehlungen  | werden zu Beginn der Lehrveranstaltung zur Verfügung gestellt  |                  |     |                        |   |  |                      |
| Verwendbarkeit   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Bachelorstudiengang Buchhandel/Verlagswirtschaft</li> </ul>   |                  |     |                        |   |  |                      |

|  |  |   |                |     |                        |   |                      |
|--|--|---|----------------|-----|------------------------|---|----------------------|
| <b>Fakultät Medien</b><br>Pflichtmodul<br>Bachelorstudiengang Buchhandel/<br>Verlagswirtschaft |  | Kennzahl<br>4200  |                |     |                        |   |                      |
| <b>Supply Chain Management and International Business</b>                                      |  |   |                |     |                        |   |                      |
| Dozententeam<br>verantwortlich   |  | <u>Dipl.-Lehrerin Regina Bruch</u>  |                |     |                        |   |                      |
| Moduldauer   |  | 1 Semester  |                |     |                        |   |                      |
| Regelsemester  |  | Wintersemester  | Sommersemester |     | 4. Semester (jährlich) |   |                      |
| Leistungspunkte  |  | 5   |                | 5   |                        |   |                      |
| Unterrichtssprache   |  | Englisch  |                |     |                        |   |                      |
| Voraussetzungen für<br>die Teilnahme   |  | Keine   |                |     |                        |   |                      |
| Lernziele/<br>Kompetenzen  |  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sie sind befähigt und bereit, eine langfristige Kundenpartnerschaft aufzubauen,</li> <li>• Die Studierenden können Anfragen verfassen, Angebote unterbreiten und Beschwerden in der Fremdsprache regulieren</li> <li>• Sie können Gespräche mit Handelspartnern im Ausland oder am Telefon auf Englisch führen und kennen dafür notwendige Fachbegriffe ebenso wie erforderliche Umgangsformen</li> <li>• Sie führen berufs- und fachbezogene Kommunikation auf Englisch</li> <li>• Sie erwerben anwendungssichere Fachterminologie im Bereich Distribution und erkennen internationale Tendenzen und Anforderungen</li> </ul> |                |     |                        |   |                      |
| Lehrinhalte  |  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Englische Fachsprache der Distribution und des internationalen Medienhandels</li> <li>• Terminology on export/import matters</li> <li>• Writing and phoning practice for enquiries, offers, orders, complaints, apologies</li> <li>• Language of meetings and negotiations</li> <li>• Customer relationship management</li> <li>• Intercultural aspects and CRM</li> </ul>   |                |     |                        |   |                      |
| Arbeitslast  |  | 150 Stunden, davon 28 Std. Präsenzzeit, 122 Std. Selbststudium und Prüfungslast   |                |     |                        |   |                      |
| Prüfungsvorleistungen  |  | Keine   |                |     |                        |   |                      |
| Lehrformen und<br>Prüfungen  |  | Lehreinheiten   |                | SWS |                        | Prüfungsleistungen  | Leistungs-<br>punkte |
|  |  | V   | S              | P   | Ü                      |   |                      |
|  |  |   | 2.0            |     |                        | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Präsentation (20 Minuten)</li> <li>• Klausurarbeit (90 Minuten), einfache</li> </ul> | 5.0                  |

|                       |  |  | Wichtung, Ohne Wörterbuch |  |
|-----------------------|--|--|---------------------------|--|
| Literaturempfehlungen | werden zu Beginn der Lehrveranstaltung im Digiboard zur Verfügung gestellt; zusätzliche Materialien werden in den Seminaren ausgeteilt |  |                           |  |
| Verwendbarkeit        | • Bachelorstudiengang Buchhandel/Verlagswirtschaft   |  |                           |  |

|  |  |                  |     |                        |     |                              |                      |
|--|--|------------------|-----|------------------------|-----|------------------------------|----------------------|
| <b>Fakultät Medien</b><br>Pflichtmodul<br>Bachelorstudiengang Buchhandel/<br>Verlagswirtschaft |  | Kennzahl<br>4300 |     |                        |     |                              |                      |
| <b>Institutionelle und funktionelle Distribution</b>   |  |                  |     |                        |     |                              |                      |
| Dozententeam<br>verantwortlich   | <u>Prof. Dr. Gunter Janssen</u>  |                  |     |                        |     |                              |                      |
| Moduldauer   | 1 Semester   |                  |     |                        |     |                              |                      |
| Regelsemester  | Wintersemester   | Sommersemester   |     | 4. Semester (jährlich) |     |                              |                      |
| Leistungspunkte  |  | 5                |     | 5                      |     |                              |                      |
| Unterrichtssprache   | Deutsch  |                  |     |                        |     |                              |                      |
| Voraussetzungen für<br>die Teilnahme   | Keine  |                  |     |                        |     |                              |                      |
| Lernziele/<br>Kompetenzen  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Studierende können einzelne Handelswege und Handelsstufen in speziellen Medienmärkten analysieren, bewerten und den absatzoptimalen Weg auswählen</li> <li>• Studierende wenden Instrumente der Auswahlentscheidungen eines Handelsweges sicher an</li> <li>• Studierende reflektieren eigenes Vertriebshandeln (Erfolg, Zweckhaftigkeit) und definieren eigenes Verbesserungspotenzial</li> <li>• Studierende sind befähigt und bereit, eine langfristige Kundenpartnerschaft aufzubauen und marktorientiert zu gestalten sowie deren Notwendigkeit zu begründen</li> <li>• Studierende erwerben anwendungssichere Fachterminologie im Bereich Distribution</li> </ul> |                  |     |                        |     |                              |                      |
| Lehrinhalte  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Distribution als wissenschaftliche Disziplin</li> <li>• Distributionssysteme in der Medienwirtschaft</li> <li>• Strategien, Methoden, Prozesse und Planung in der Mediendistribution</li> <li>• Entscheidungsfindung und Optimierung in der Mediendistribution</li> <li>• Elemente der Vertriebsplanung und Vertriebssteuerung sowie Managementmethoden</li> <li>• Kundenbeziehungsmanagement</li> </ul>  |                  |     |                        |     |                              |                      |
| Arbeitslast  | 150 Stunden, davon 56 Std. Präsenzzeit, 94 Std. Selbststudium und Prüfungslast   |                  |     |                        |     |                              |                      |
| Prüfungsvorleistungen  | Keine  |                  |     |                        |     |                              |                      |
| Lehrformen und<br>Prüfungen  | Lehreinheiten  | SWS              |     |                        |     | Prüfungsleistungen           | Leistungs-<br>punkte |
|  |  | V                | S   | P                      | Ü   |                              |                      |
|  |  | 2.0              | 1.0 |                        | 1.0 | Präsentation (30<br>Minuten) | 5.0                  |
| Literaturempfehlungen  | werden zu Beginn der Lehrveranstaltung zur Verfügung gestellt  |                  |     |                        |     |                              |                      |
| Verwendbarkeit   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bachelorstudiengang Buchhandel/Verlagswirtschaft</li> </ul>   |                  |     |                        |     |                              |                      |

|  |   |                  |                        |
|--|---|------------------|------------------------|
| <b>Fakultät Medien</b><br>Pflichtmodul<br>Bachelorstudiengang Buchhandel/<br>Verlagswirtschaft |   | Kennzahl<br>4400 |                        |
| <b>Recht in Medienunternehmen</b>  |   |                  |                        |
| Dozententeam<br>verantwortlich   | <u>Prof. Dr. Marc Liesching</u><br>Prof. Dr. jur. Karl Heinz Labsch   |                  |                        |
| Moduldauer   | 1 Semester  |                  |                        |
| Regelsemester  | Wintersemester  | Sommersemester   | 4. Semester (jährlich) |
| Leistungspunkte  |   | 5                | 5                      |
| Unterrichtssprache   | Deutsch   |                  |                        |
| Voraussetzungen für die Teilnahme  | Keine   |                  |                        |
| Lernziele/<br>Kompetenzen  | Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> <li>• erwerben Grundkenntnis der für Medienunternehmen relevanten Inhalte und der Systematik des öffentlichen und privaten Wirtschaftsrechts sowie des Medienrechts</li> <li>• werden befähigt zur selbstständigen Rechtsanwendung auf Standardprobleme</li> <li>• erkennen rechtliche Zweifelsfragen und sich daraus ergebende Erfordernisse professioneller Beratung</li> </ul>   |                  |                        |
| Lehrinhalte  | A. Grundlagen<br>Einführung in die Rechtsordnung und Gerichtsbarkeit<br>Grundzüge des Öffentlichen Wirtschaftsrechts <ul style="list-style-type: none"> <li>• Wirtschaftsverfassungsrecht</li> <li>• Europarecht (Grundzüge)</li> <li>• Allgemeines und Besonderes Wirtschaftsverwaltungsrecht</li> <li>• Rechtsschutz im Öffentlichen Wirtschaftsrecht (Überblick)</li> </ul> Grundzüge des Wirtschaftsprivatrechts (Bürgerliches Recht und Handelsrecht) <ul style="list-style-type: none"> <li>• Rechtssubjekte (Rechtsformen) und Handlungsfähigkeit</li> <li>• Kaufmann, Firma, Handelsregister, Vertragsrecht (Zustandekommen und Arten von Verträgen, Allgemeine Geschäftsbedingungen und Besondere Vertriebsformen, Durchführung und Beendigung von Verträgen, insbes. Leistungsstörungen)</li> <li>• Gesetzliche Schuldverhältnisse, insbes. Delikts- und Produkthaftungsrecht</li> <li>• Grundzüge des Sachenrechts, insbes. Eigentumsübertragung</li> </ul> B. Medienrecht<br>Öffentliches Medienrecht einschl. Medienstrafrecht <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mediengrundrechte</li> <li>• Presse- und Rundfunkrecht (Überblick)</li> <li>• Staatliche Medienaufsicht</li> <li>• Datenschutz im Medienrecht</li> </ul> |                  |                        |

|                          | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundzüge des Medienstrafrechts</li> </ul> <p>Medienprivatrecht</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Medienbezogene Aspekte des Gewerblichen Rechtsschutzes</li> <li>• Urheberrecht und Leistungsschutzrechte <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gegenstand des Urheberrechts</li> <li>• Inhalt des Urheberrechts</li> <li>• Urhebervertragsrecht</li> <li>• Schranken des Urheberrechts</li> <li>• Schutz des Urheberrechts - Rechtsdurchsetzung, Internationales Urheberrecht</li> </ul> </li> </ul>   |               |     |   |                            |                 |                    |                 |   |   |   |   |  |     |     |  |  |                            |     |
|--------------------------|---|---------------|-----|---|----------------------------|-----------------|--------------------|-----------------|---|---|---|---|--|-----|-----|--|--|----------------------------|-----|
| Arbeitslast              | 150 Stunden, davon 70 Std. Präsenzzeit, 80 Std. Selbststudium und Prüfungslast  |               |     |   |                            |                 |                    |                 |   |   |   |   |  |     |     |  |  |                            |     |
| Prüfungsvorleistungen    | Keine   |               |     |   |                            |                 |                    |                 |   |   |   |   |  |     |     |  |  |                            |     |
| Lehrformen und Prüfungen | <table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">Lehreinheiten</th> <th colspan="4">SWS</th> <th rowspan="2">Prüfungsleistungen</th> <th rowspan="2">Leistungspunkte</th> </tr> <tr> <th>V</th> <th>S</th> <th>P</th> <th>Ü</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td></td> <td>3.0</td> <td>2.0</td> <td></td> <td></td> <td>Klausurarbeit (90 Minuten)</td> <td>5.0</td> </tr> </tbody> </table>  | Lehreinheiten | SWS |   |                            |                 | Prüfungsleistungen | Leistungspunkte | V | S | P | Ü |  | 3.0 | 2.0 |  |  | Klausurarbeit (90 Minuten) | 5.0 |
| Lehreinheiten            | SWS   |               |     |   | Prüfungsleistungen         | Leistungspunkte |                    |                 |   |   |   |   |  |     |     |  |  |                            |     |
|                          | V   | S             | P   | Ü |                            |                 |                    |                 |   |   |   |   |  |     |     |  |  |                            |     |
|                          | 3.0   | 2.0           |     |   | Klausurarbeit (90 Minuten) | 5.0             |                    |                 |   |   |   |   |  |     |     |  |  |                            |     |
| Literaturempfehlungen    | <p>Zu Teil A.: jeweils aktuelle Auflage von</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Danne/Keil: Wirtschaftsprivatrecht I, Berlin</li> <li>• Detterbeck: Öffentliches Recht für Wirtschaftswissenschaftler. Einführung in das Staats-, Europa- und Verwaltungsrecht, Berlin</li> <li>• Eisenmann/Gnauk/Quittnat: Rechtsfälle aus dem Wirtschaftsprivatrecht, Heidelberg</li> <li>• Führich: Wirtschaftsprivatrecht, München</li> <li>• Hohmeister: Grundzüge des Wirtschaftsprivatrechts, Stuttgart</li> <li>• Mehrings: Grundlagen des Wirtschaftsprivatrechts, München</li> <li>• Meyer, Justus: Wirtschaftsprivatrecht, Heidelberg</li> <li>• Müssig: Wirtschaftsprivatrecht, Heidelberg, UTB 2226</li> <li>• Pottschmidt/Rohr: Wirtschaftsprivatrecht für Unternehmer, München</li> <li>• Ruthig / Storr: Öffentliches Wirtschaftsrecht, Heidelberg</li> <li>• Schade: Wirtschaftsprivatrecht, Stuttgart</li> <li>• Schönemann: Wirtschaftsprivatrecht, Stuttgart, UTB 1584</li> <li>• Steckler: Kompakt-Training Wirtschaftsrecht, Ludwigshafen</li> <li>• Steckler: Kompendium Wirtschaftsrecht, Ludwigshafen</li> </ul> <p>Zu Teil B.: jeweils aktuelle Auflage von</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Eisenmann/Jautz: Grundriss Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht, Heidelberg</li> <li>• Fechner: Medienrecht, Tübingen, UTB 2154</li> <li>• Petersen, Medienrecht, München</li> <li>• Reh binder: Urheberrecht, München</li> <li>• Schulze: Meine Rechte als Urheber, München</li> </ul> |               |     |   |                            |                 |                    |                 |   |   |   |   |  |     |     |  |  |                            |     |
| Verwendbarkeit           | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bachelorstudiengang Buch- und Medienproduktion</li> <li>• Bachelorstudiengang Buchhandel/Verlagswirtschaft</li> <li>• Bachelorstudiengang Medientechnik</li> </ul>   |               |     |   |                            |                 |                    |                 |   |   |   |   |  |     |     |  |  |                            |     |

|  |  |   |                |     |                        |                    |                      |
|--|--|---|----------------|-----|------------------------|--------------------|----------------------|
| <b>Fakultät Medien</b><br>Pflichtmodul<br>Bachelorstudiengang Buchhandel/<br>Verlagswirtschaft |  | Kennzahl<br>5100  |                |     |                        |                    |                      |
| <b>Praxisphase</b>   |  |   |                |     |                        |                    |                      |
| <u>Dozententeam<br/>verantwortlich</u>   |  | <u>Prof. Dr. Heiko Hartmann</u><br>Prof. Dr. Randolph Dieckmann<br>Prof. Dr. Gunter Janssen<br>Prof. Dr. Ernst-Peter Biesalski  |                |     |                        |                    |                      |
| Moduldauer   |  | 1 Semester  |                |     |                        |                    |                      |
| Regelsemester  |  | Wintersemester  | Sommersemester |     | 5. Semester (jährlich) |                    |                      |
| Leistungspunkte  |  | 30  |                |     | 30                     |                    |                      |
| Unterrichtssprache   |  | Deutsch   |                |     |                        |                    |                      |
| Voraussetzungen für<br>die Teilnahme   |  | Vor Antritt der Praxisphase findet eine Lehrveranstaltung statt, in der über den Zweck der Praxisphase und die Bearbeitung der Arbeitsaufgaben informiert wird. Siehe auch PraktO § 8, Abs.1, §9  |                |     |                        |                    |                      |
| Lernziele/<br>Kompetenzen  |  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Studenten werden sich der Möglichkeiten und der Notwendigkeit markt-orientierter Unternehmensführung bewusst</li> <li>• Sie können theoretische Kenntnisse zur systematischen Analyse betrieblicher Probleme einsetzen und entwickeln Bewusstsein für betriebliche Probleme</li> <li>• Sie werden zur Bewertung betrieblichen Handels befähigt</li> <li>• Sie erhalten Einsicht in betriebliche Organisationsschemata und deren Tragfähigkeit</li> <li>• Sie können sich in Arbeitsteams eingliedern und Verantwortung übernehmen</li> </ul> |                |     |                        |                    |                      |
| Lehrinhalte  |  | 5-11 Praxisphase <ul style="list-style-type: none"> <li>• Praktische Mitarbeit in einem Unternehmen der Medienwirtschaft</li> <li>• Kritische Analyse betrieblicher Prozesse</li> <li>• Erarbeitung von konkreten Lösungsvorschlägen für betriebliche Probleme (Arbeitsaufgaben I - III) - nach Absprache mit dem betreuenden Professor</li> </ul> 5-12 Praktikumskolloquium <ul style="list-style-type: none"> <li>• Präsentation und Verteidigung von erarbeiteten Lösungsvorschlägen</li> </ul>  |                |     |                        |                    |                      |
| Arbeitslast  |  | 900 Stunden, davon 28 Std. Präsenzzeit, 872 Std. Selbststudium und Prüfungslast   |                |     |                        |                    |                      |
| Prüfungsvorleistungen  |  | PVH (Praxisphase)   |                |     |                        |                    |                      |
| Lehrformen und<br>Prüfungen  |  | Lehreinheiten   |                | SWS |                        | Prüfungsleistungen | Leistungs-<br>punkte |
|  |  |   |                | V   | S                      |                    |                      |
|  |  | 5110Praxisphase   |                |     |                        | (20 Wochen)        | 15.0                 |

|                       |   |     |  |  |                                  |      |
|-----------------------|---|-----|--|--|----------------------------------|------|
|                       | 5120Praktikumskolloqium                                       | 2.0 |  |  | • Präsentation (BN) (30 Minuten) | 15.0 |
| Literaturempfehlungen | werden zu Beginn der Lehrveranstaltung zur Verfügung gestellt |     |  |  |                                  |      |
| Verwendbarkeit        | • Bachelorstudiengang Buchhandel/Verlagswirtschaft            |     |  |  |                                  |      |

|  |  |                  |   |                        |   |                               |                      |
|--|--|------------------|---|------------------------|---|-------------------------------|----------------------|
| <b>Fakultät Medien</b><br>Pflichtmodul<br>Bachelorstudiengang Buchhandel/<br>Verlagswirtschaft |  | Kennzahl<br>6100 |   |                        |   |                               |                      |
| <b>Kommunikation und Medien</b>  |  |                  |   |                        |   |                               |                      |
| Dozententeam<br>verantwortlich   | <u>Prof. Dr. Marc Liesching</u>  |                  |   |                        |   |                               |                      |
| Moduldauer   | 1 Semester   |                  |   |                        |   |                               |                      |
| Regelsemester  | Wintersemester   | Sommersemester   |   | 6. Semester (jährlich) |   |                               |                      |
| Leistungspunkte  |  | 5                |   | 5                      |   |                               |                      |
| Unterrichtssprache   | Deutsch  |                  |   |                        |   |                               |                      |
| Voraussetzungen für<br>die Teilnahme   | Keine  |                  |   |                        |   |                               |                      |
| Lernziele/<br>Kompetenzen  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Studenten lernen Kommunikationsprozesse mit Hilfe von Modellen beschreiben und bewerten</li> <li>• Sie können die Bedeutung der Medien für die moderne Gesellschaft beschreiben und kritisch reflektieren</li> <li>• Sie lernen, die Wirkungsweisen der Mediengesellschaft vor einem gesellschafts- und wirtschaftswissenschaftlichem Hintergrund zu reflektieren und zu bewerten</li> <li>• Sie können die Bedeutung und zukünftige Entwicklungsmöglichkeiten der Mediengesellschaft einschätzen, insbesondere im Hinblick auf die Entwicklung von Unternehmen der Branche und ihrer Wettbewerbssituation</li> </ul> |                  |   |                        |   |                               |                      |
| Lehrinhalte  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kommunikationswissenschaftliche Grundlagen der Medienwirtschaft</li> <li>• Kommunikations- und Medientheorien im geschichtlichen Kontext</li> <li>• Medienpsychologie, Medienrhetorik</li> <li>• Medienwirkungs- und Mediennutzungsforschung</li> <li>• Medienethik</li> </ul>  |                  |   |                        |   |                               |                      |
| Arbeitslast  | 150 Stunden, davon 28 Std. Präsenzzeit, 122 Std. Selbststudium und Prüfungslast  |                  |   |                        |   |                               |                      |
| Prüfungsvorleistungen  | Keine  |                  |   |                        |   |                               |                      |
| Lehrformen und<br>Prüfungen  | Lehreinheiten  | SWS              |   |                        |   | Prüfungsleistungen            | Leistungs-<br>punkte |
|  |  | V                | S | P                      | Ü |                               |                      |
|  |  | 2.0              |   |                        |   | Klausurarbeit (90<br>Minuten) | 5.0                  |
| Literaturempfehlungen  | werden zu Beginn der Lehrveranstaltung zur Verfügung gestellt  |                  |   |                        |   |                               |                      |
| Verwendbarkeit   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bachelorstudiengang Buchhandel/Verlagswirtschaft</li> </ul>   |                  |   |                        |   |                               |                      |

|  |   |                  |                        |   |   |  |                      |
|--|---|------------------|------------------------|---|---|--|----------------------|
| <b>Fakultät Medien</b><br>Pflichtmodul<br>Bachelorstudiengang Buchhandel/<br>Verlagswirtschaft |   | Kennzahl<br>6200 |                        |   |   |  |                      |
| <b>Schlüsselqualifikationen</b>  |   |                  |                        |   |   |  |                      |
| Dozententeam<br>verantwortlich   | <u>Studiendekan/Studiendekanin</u><br>Lehrende der Fakultät Medien (je nach gewähltem Modul)  |                  |                        |   |   |  |                      |
| Moduldauer   | 1 Semester  |                  |                        |   |   |  |                      |
| Regelsemester  | Wintersemester  | Sommersemester   | 6. Semester (jährlich) |   |   |  |                      |
| Leistungspunkte  |   | 5                | 5                      |   |   |  |                      |
| Unterrichtssprache   | Deutsch   |                  |                        |   |   |  |                      |
| Voraussetzungen für<br>die Teilnahme   | keine   |                  |                        |   |   |  |                      |
| Lernziele/<br>Kompetenzen  | <p>Im Modul wird eine grundlegende Lernkompetenz ausgeprägt, zum selbständigen Wissenserwerb befähigt sowie Kommunikationsfähigkeit geschult. Eine fachübergreifende Arbeits- und Denkweise wird vermittelt wie auch soziale und kulturelle Komponenten und ethisches Denken. Diese Fähigkeiten sind neben dem fachspezifischen Wissen Voraussetzung für den beruflichen Werdegang und die Persönlichkeitsentwicklung.</p> <p>Die konkreten Lernziele sind abhängig von der gewählten Veranstaltung aus dem Angebot des Studium generale sowie von dem gewählten Modul der Fakultät Medien.</p> |                  |                        |   |   |  |                      |
| Lehrinhalte  | <p>Das Modul stellt eine Ergänzung der fachspezifischen Module dar und beinhaltet folgende Lehrinhalte:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Lehrinheit 1: Veranstaltung aus dem Angebot des Studium generale (im Umfang von 1 ECTS)</li> <li>Lehrinheit 2: Modul "Schlüsselqualifikation" aus dem jährlich vom Fakultätsrat beschlossenen Angebotskatalog der Fakultät (im Umfang von 4 ECTS)</li> </ul> <p>Die konkreten Lehrinhalte sind abhängig von der gewählten Veranstaltung aus dem Angebot des Studium generale sowie von dem gewählten Modul der Fakultät Medien.</p>          |                  |                        |   |   |  |                      |
| Arbeitslast  | +)  |                  |                        |   |   |  |                      |
| Prüfungsvorleistungen  | abhängig von der gewählten Veranstaltung aus dem Angebot des Studium generale sowie von dem gewählten Modul der Fakultät Medien   |                  |                        |   |   |  |                      |
| Lehrformen und<br>Prüfungen  | Lehrinhalten  | SWS              |                        |   |   | Prüfungsleistungen   | Leistungs-<br>punkte |
|  |   | V                | S                      | P | Ü |  |                      |
|  | Lehrinheit 1:<br>Veranstaltung aus dem<br>Angebot des Studium<br>generale   |                  |                        |   |   | Lehrform abhängig<br>von der gewählten<br>Lehrveranstaltung;nach<br>Abschluss ist eine | 1.0                  |

|                       |  |  |  |  |   |     |
|-----------------------|--|--|--|--|---|-----|
|                       |  |  |  |  | Teilnahmebestätigung vorzulegen                                     |     |
|                       | Lehreinheit 2:<br>„Schlüsselqualifikation“<br>aus dem Angebot der<br>Fakultät Medien   |  |  |  | Lehrform und<br>Prüfungsleistung<br>abhängig vom<br>gewählten Modul | 4.0 |
| Literaturempfehlungen | abhängig von der gewählten Veranstaltung aus dem Angebot des Studium generale sowie von dem gewählten Modul der Fakultät Medien  |  |  |  |   |     |
| Verwendbarkeit        | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bachelorstudiengang Bibliotheks- und Informationswissenschaft</li> <li>• Bachelorstudiengang Buch- und Medienproduktion</li> <li>• Bachelorstudiengang Buchhandel/Verlagswirtschaft</li> <li>• Bachelorstudiengang Drucktechnik</li> <li>• Bachelorstudiengang Medientechnik</li> <li>• Bachelorstudiengang Museologie</li> <li>• Bachelorstudiengang Verpackungstechnik</li> </ul> |  |  |  |   |     |

+ ) abhängig von der gewählten Veranstaltung aus dem Angebot des Studium generale sowie von dem gewählten Modul der Fakultät Medien

|  |  |                  |     |                        |     |                           |                      |
|--|--|------------------|-----|------------------------|-----|---------------------------|----------------------|
| <b>Fakultät Medien</b><br>Wahlpflichtmodul<br>Bachelorstudiengang Buchhandel/<br>Verlagswirtschaft |  | Kennzahl<br>7110 |     |                        |     |                           |                      |
| <b>Studienschwerpunktmodul: Buchhandelsmanagement 1</b>  |  |                  |     |                        |     |                           |                      |
| Dozententeam<br>verantwortlich   | <u>Prof. Dr. Randolph Dieckmann</u>  |                  |     |                        |     |                           |                      |
| Moduldauer   | 1 Semester   |                  |     |                        |     |                           |                      |
| Regelsemester  | Wintersemester   | Sommersemester   |     | 2. Semester (jährlich) |     |                           |                      |
| Leistungspunkte  |  | 5                |     | 5                      |     |                           |                      |
| Unterrichtssprache   | Deutsch  |                  |     |                        |     |                           |                      |
| Voraussetzungen für<br>die Teilnahme   | Keine  |                  |     |                        |     |                           |                      |
| Lernziele/<br>Kompetenzen  | Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> <li>• kennen die Elemente der Wertschöpfungskette einer Buchhandlung</li> <li>• können unterschiedliche Betriebstypen anhand der spezifischen Leistungserstellung identifizieren</li> <li>• können Buchhandelskonzepte mit Hilfe von Kriterien beschreiben</li> <li>• kennen die rechtlichen Rahmenbedingungen zum Betrieb einer Buchhandlung</li> </ul> |                  |     |                        |     |                           |                      |
| Lehrinhalte  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Wertschöpfungskette einer Buchhandlung</li> <li>• Leistungserstellung in unterschiedlichen Betriebstypen im Buchhandel</li> <li>• Beschreibung unterschiedlicher Buchhandelskonzepte</li> <li>• Rechtliche Bedingungen des Buchhandelsbetriebes</li> <li>• Praktische Erprobung von Arbeitsabläufen in einer Buchhandlung</li> </ul>                            |                  |     |                        |     |                           |                      |
| Arbeitslast  | 150 Stunden, davon 42 Std. Präsenzzeit, 108 Std. Selbststudium und Prüfungslast  |                  |     |                        |     |                           |                      |
| Prüfungsvorleistungen  | Keine  |                  |     |                        |     |                           |                      |
| Lehrformen und<br>Prüfungen  | Lehreinheiten  | SWS              |     |                        |     | Prüfungsleistungen        | Leistungs-<br>punkte |
|  |  | V                | S   | P                      | Ü   |                           |                      |
|  |  |                  | 1.0 |                        | 2.0 | Feldstudie (12<br>Wochen) | 5.0                  |
| Literaturempfehlungen  | werden zu Beginn der Lehrveranstaltung zur Verfügung gestellt  |                  |     |                        |     |                           |                      |
| Verwendbarkeit   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bachelorstudiengang Buchhandel/Verlagswirtschaft</li> </ul>   |                  |     |                        |     |                           |                      |

|  |   |                  |     |                        |     |                              |                      |
|--|---|------------------|-----|------------------------|-----|------------------------------|----------------------|
| <b>Fakultät Medien</b><br>Wahlpflichtmodul<br>Bachelorstudiengang Buchhandel/<br>Verlagswirtschaft |   | Kennzahl<br>7120 |     |                        |     |                              |                      |
| <b>Studienschwerpunktmodul: Buchhandelsmanagement 2</b>  |   |                  |     |                        |     |                              |                      |
| Dozententeam<br>verantwortlich   | <u>Prof. Dr. Randolph Dieckmann</u>   |                  |     |                        |     |                              |                      |
| Moduldauer   | 1 Semester  |                  |     |                        |     |                              |                      |
| Regelsemester  | Wintersemester  | Sommersemester   |     | 3. Semester (jährlich) |     |                              |                      |
| Leistungspunkte  | 5   |                  |     | 5                      |     |                              |                      |
| Unterrichtssprache   | Deutsch   |                  |     |                        |     |                              |                      |
| Voraussetzungen für<br>die Teilnahme   | Keine   |                  |     |                        |     |                              |                      |
| Lernziele/<br>Kompetenzen  | Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> <li>• können eine Buchhandlung einrichten und die Laufwege gestalten</li> <li>• kennen die Wirkungsweise verschiedener Präsentationstechniken</li> <li>• kennen die Instrumente zur optimalen Sortimentssteuerung</li> <li>• kennen die theoretischen Grundlagen des Projektmanagements und können sie auf praktische Fragestellungen übertragen.</li> </ul>  |                  |     |                        |     |                              |                      |
| Lehrinhalte  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Theoretische Auseinandersetzung mit dem Projektmanagement und dem Projektmanagementprozess: Projektziel / Projektplanung / Projektorganisation / Terminplanung / Ressourcenplanung / Projektcontrolling / Projektdokumentation / Projektabschluss</li> <li>• Einrichtung einer Buchhandlung und Ladengestaltung</li> <li>• Warenpräsentation und Schaufenstergestaltung</li> <li>• Errichtung und Optimierung des Warensortiments</li> <li>• Praktische Erprobung von Arbeitsabläufen in einer Buchhandlung</li> </ul> |                  |     |                        |     |                              |                      |
| Arbeitslast  | 150 Stunden, davon 42 Std. Präsenzzeit, 108 Std. Selbststudium und Prüfungslast   |                  |     |                        |     |                              |                      |
| Prüfungsvorleistungen  | Keine   |                  |     |                        |     |                              |                      |
| Lehrformen und<br>Prüfungen  | Lehreinheiten   | SWS              |     |                        |     | Prüfungsleistungen           | Leistungs-<br>punkte |
|  |   | V                | S   | P                      | Ü   |                              |                      |
|  |   |                  | 1.0 |                        | 2.0 | Präsentation (20<br>Minuten) | 5.0                  |
| Literaturempfehlungen  | werden zu Beginn der Lehrveranstaltung zur Verfügung gestellt   |                  |     |                        |     |                              |                      |
| Verwendbarkeit   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bachelorstudiengang Buchhandel/Verlagswirtschaft</li> </ul>  |                  |     |                        |     |                              |                      |

|  |  |                  |     |                        |     |                              |                      |
|--|--|------------------|-----|------------------------|-----|------------------------------|----------------------|
| <b>Fakultät Medien</b><br>Wahlpflichtmodul<br>Bachelorstudiengang Buchhandel/<br>Verlagswirtschaft |  | Kennzahl<br>7130 |     |                        |     |                              |                      |
| <b>Studienschwerpunktmodul: Buchhandelsmanagement 3</b>  |  |                  |     |                        |     |                              |                      |
| Dozententeam<br>verantwortlich   | <u>Prof. Dr. Randolph Dieckmann</u>  |                  |     |                        |     |                              |                      |
| Moduldauer   | 1 Semester   |                  |     |                        |     |                              |                      |
| Regelsemester  | Wintersemester   | Sommersemester   |     | 4. Semester (jährlich) |     |                              |                      |
| Leistungspunkte  |  | 5                |     | 5                      |     |                              |                      |
| Unterrichtssprache   | Deutsch  |                  |     |                        |     |                              |                      |
| Voraussetzungen für<br>die Teilnahme   | Keine  |                  |     |                        |     |                              |                      |
| Lernziele/<br>Kompetenzen  | Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> <li>• kennen den Aufbau von Warenwirtschaftssystemen und können sie zielorientiert nutzen</li> <li>• können die Wirtschaftlichkeit von Betriebsabläufen mit Hilfe einer Prozesskostenrechnung beurteilen</li> <li>• kennen die Methoden zur Entscheidung über die Dienstleistungs- und Servicetiefe</li> </ul> |                  |     |                        |     |                              |                      |
| Lehrinhalte  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Strukturierung und Optimierung von Lagerprozessen</li> <li>• Einführung in die Prozesskostenrechnung</li> <li>• Kundenservice- und Dienstleistungspolitik</li> <li>• Praktische Erprobung von Arbeitsabläufen in einer Buchhandlung</li> </ul>  |                  |     |                        |     |                              |                      |
| Arbeitslast  | 150 Stunden, davon 42 Std. Präsenzzeit, 108 Std. Selbststudium und Prüfungslast  |                  |     |                        |     |                              |                      |
| Prüfungsvorleistungen  | Keine  |                  |     |                        |     |                              |                      |
| Lehrformen und<br>Prüfungen  | Lehreinheiten  | SWS              |     |                        |     | Prüfungsleistungen           | Leistungs-<br>punkte |
|  |  | V                | S   | P                      | Ü   |                              |                      |
|  |  |                  | 1.0 |                        | 2.0 | Projektarbeit (14<br>Wochen) | 5.0                  |
| Literaturempfehlungen  | werden zu Beginn der Lehrveranstaltung zur Verfügung gestellt  |                  |     |                        |     |                              |                      |
| Verwendbarkeit   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bachelorstudiengang Buchhandel/Verlagswirtschaft</li> </ul>   |                  |     |                        |     |                              |                      |

|  |   |                  |     |                        |     |                              |                      |
|--|---|------------------|-----|------------------------|-----|------------------------------|----------------------|
| <b>Fakultät Medien</b><br>Wahlpflichtmodul<br>Bachelorstudiengang Buchhandel/<br>Verlagswirtschaft |   | Kennzahl<br>7140 |     |                        |     |                              |                      |
| <b>Studienschwerpunktmodul: Buchhandelsmanagement 4</b>  |   |                  |     |                        |     |                              |                      |
| Dozententeam<br>verantwortlich   | <u>Prof. Dr. Randolph Dieckmann</u>   |                  |     |                        |     |                              |                      |
| Moduldauer   | 1 Semester  |                  |     |                        |     |                              |                      |
| Regelsemester  | Wintersemester  | Sommersemester   |     | 6. Semester (jährlich) |     |                              |                      |
| Leistungspunkte  |   | 5                |     | 5                      |     |                              |                      |
| Unterrichtssprache   | Deutsch   |                  |     |                        |     |                              |                      |
| Voraussetzungen für<br>die Teilnahme   | Keine   |                  |     |                        |     |                              |                      |
| Lernziele/<br>Kompetenzen  | Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> <li>• kennen die Bedeutung und verschiedene Methoden des Mehrkanal-Absatzes und können die Umsetzung für eine Buchhandlung beurteilen</li> <li>• kennen die Betriebsstrukturen im E-Commerce und kennen Grundsätze des Einsatzes von Social Media im Buchhandel</li> <li>• kennen Controllinginstrumente zur Steuerung einer kleinen Buchhandlung</li> <li>• können theoretisch erworbenes Wissen praktisch umsetzen</li> </ul> |                  |     |                        |     |                              |                      |
| Lehrinhalte  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Multichannel-Management im Buchhandel</li> <li>• E-Commerce und Social Media im Buchhandel</li> <li>• Betriebsführung und Controlling im Buchhandel</li> <li>• Praktische Erprobung von Arbeitsabläufen in einer Buchhandlung</li> </ul>   |                  |     |                        |     |                              |                      |
| Arbeitslast  | 150 Stunden, davon 42 Std. Präsenzzeit, 108 Std. Selbststudium und Prüfungslast   |                  |     |                        |     |                              |                      |
| Prüfungsvorleistungen  | Keine   |                  |     |                        |     |                              |                      |
| Lehrformen und<br>Prüfungen  | Lehreinheiten   | SWS              |     |                        |     | Prüfungsleistungen           | Leistungs-<br>punkte |
|  |   | V                | S   | P                      | Ü   |                              |                      |
|  |   |                  | 1.0 |                        | 2.0 | Präsentation (20<br>Minuten) | 5.0                  |
| Literaturempfehlungen  | werden zu Beginn der Lehrveranstaltung zur Verfügung gestellt   |                  |     |                        |     |                              |                      |
| Verwendbarkeit   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bachelorstudiengang Buchhandel/Verlagswirtschaft</li> </ul>  |                  |     |                        |     |                              |                      |

|  |  |                  |     |                        |     |                           |                      |
|--|--|------------------|-----|------------------------|-----|---------------------------|----------------------|
| <b>Fakultät Medien</b><br>Wahlpflichtmodul<br>Bachelorstudiengang Buchhandel/<br>Verlagswirtschaft |  | Kennzahl<br>7210 |     |                        |     |                           |                      |
| <b>Studienschwerpunktmodul: Kommunikationsmanagement 1</b>   |  |                  |     |                        |     |                           |                      |
| Dozententeam<br>verantwortlich   | <u>Prof. Dr. Heiko Hartmann</u>  |                  |     |                        |     |                           |                      |
| Moduldauer   | 1 Semester   |                  |     |                        |     |                           |                      |
| Regelsemester  | Wintersemester   | Sommersemester   |     | 2. Semester (jährlich) |     |                           |                      |
| Leistungspunkte  |  | 5                |     | 5                      |     |                           |                      |
| Unterrichtssprache   | Deutsch  |                  |     |                        |     |                           |                      |
| Voraussetzungen für<br>die Teilnahme   | Keine  |                  |     |                        |     |                           |                      |
| Lernziele/<br>Kompetenzen  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• die Studierenden kennen Grundbegriffe und - funktionen der Marketingkommunikation</li> <li>• die Studierenden kennen die Elemente der Integrierten Unternehmenskommunikation</li> <li>• die Studierenden können an Projekten im Kommunikationsbereich auf der operativen Ebene teilnehmen und selbständig planen und durchführen</li> <li>• sie besitzen die dafür nötigen theoretischen und praktischen Kompetenzen und können diese gezielt anwenden</li> <li>• sie sind in der Lage, sich kurzfristig in eine praxisrelevante Fragestellung einzuarbeiten</li> </ul> |                  |     |                        |     |                           |                      |
| Lehrinhalte  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlagen der Kommunikation (Begriffe, Modelle, Ziele)</li> <li>• Spezifika der Marketing- und Unternehmenskommunikation</li> <li>• Funktionen von Kommunikation im Marketing-Mix</li> <li>• Kommunikationswirkung und Kommunikationsprozess (u. a. Werbeplan)</li> <li>• Integrierte Kommunikation (u. a. Corporate Identity, Markenpolitik)</li> <li>• Verkaufsförderung (Sales Promotion)</li> <li>• praktische Anwendung des erworbenen Wissens im Rahmen einer praxisnahen und vom Dozenten betreuten Feldstudie</li> </ul>                                       |                  |     |                        |     |                           |                      |
| Arbeitslast  | 150 Stunden, davon 42 Std. Präsenzzeit, 108 Std. Selbststudium und Prüfungslast  |                  |     |                        |     |                           |                      |
| Prüfungsvorleistungen  | Keine  |                  |     |                        |     |                           |                      |
| Lehrformen und<br>Prüfungen  | Lehreinheiten  | SWS              |     |                        |     | Prüfungsleistungen        | Leistungs-<br>punkte |
|  |  | V                | S   | P                      | Ü   |                           |                      |
|  |  |                  | 1.0 |                        | 2.0 | Feldstudie (12<br>Wochen) | 5.0                  |
| Literaturempfehlungen  | werden zu Beginn der Lehrveranstaltung zur Verfügung gestellt  |                  |     |                        |     |                           |                      |
| Verwendbarkeit   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bachelorstudiengang Buchhandel/Verlagswirtschaft</li> </ul>   |                  |     |                        |     |                           |                      |

|  |  |                  |                        |
|--|--|------------------|------------------------|
| <b>Fakultät Medien</b><br>Wahlpflichtmodul<br>Bachelorstudiengang Buchhandel/<br>Verlagswirtschaft |  | Kennzahl<br>7220 |                        |
| <b>Studienschwerpunktmodul: Kommunikationsmanagement 2</b>   |  |                  |                        |
| Dozententeam<br>verantwortlich   | <u>Prof. Dr. Heiko Hartmann</u>  |                  |                        |
| Moduldauer   | 1 Semester   |                  |                        |
| Regelsemester  | Wintersemester   | Sommersemester   | 3. Semester (jährlich) |
| Leistungspunkte  | 5  |                  | 5                      |
| Unterrichtssprache   | Deutsch  |                  |                        |
| Voraussetzungen für<br>die Teilnahme   | Keine  |                  |                        |
| Lernziele/<br>Kompetenzen  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• die Studierenden können theoretische Ansätze im Kommunikationsbereich selbständig operationalisieren</li> <li>• sie besitzen die dafür nötigen theoretischen Kenntnisse und können diese gezielt und im gesetzten Zeitrahmen anwenden</li> <li>• sie kennen die wichtigsten klassischen und nicht klassischen Instrumente der Werbung und können sie selbständig analysieren und konzipieren</li> <li>• sie kennen aktuelle Beispiele für Werbestrategien in der Medienbranche</li> <li>• sie können selbständig Werbemittel- und Werbeträgeranalysen durchführen</li> </ul>  |                  |                        |
| Lehrinhalte  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Theoretische Auseinandersetzung mit dem Projektmanagement und dem Projektmanagementprozess: Projektziel / Projektplanung / Projektorganisation / Terminplanung / Ressourcenplanung / Projektcontrolling / Projektdokumentation / Projektabschluss</li> <li>• klassische Kommunikationsinstrumente</li> <li>• Unterscheidungsformen der Werbung</li> <li>• Methoden der Werbebudgetierung</li> <li>• Copy Strategie und Copy Analyse</li> <li>• Werbemittelgestaltung</li> <li>• Mediaselektion und Werbeträgeranalyse</li> <li>• Werbeerfolgskontrolle</li> <li>• moderne Kommunikationsinstrumente (u. a. Internet-Marketing, SEO, Event-Marketing, Sponsoring)</li> <li>• theoretische Auseinandersetzung mit Konzepten des Projektmanagements auf dem Gebiet von Kommunikation und Werbung</li> <li>• praktische Umsetzung des erworbenen Wissens durch ein auf eine praxisnahe Projektarbeit bezogenes Referat</li> </ul> |                  |                        |
| Arbeitslast  | 150 Stunden, davon 42 Std. Präsenzzeit, 108 Std. Selbststudium und Prüfungslast  |                  |                        |

|                          |  |     |     |   |     |                           |                      |
|--------------------------|--|-----|-----|---|-----|---------------------------|----------------------|
| Prüfungsvorleistungen    | Keine  |     |     |   |     |                           |                      |
| Lehrformen und Prüfungen | Lehreinheiten  | SWS |     |   |     | Prüfungsleistungen        | Leistungs-<br>punkte |
|                          |  | V   | S   | P | Ü   |                           |                      |
|                          |  |     | 1.0 |   | 2.0 | Präsentation (20 Minuten) | 5.0                  |
| Literaturempfehlungen    | werden zu Beginn der Lehrveranstaltung zur Verfügung gestellt                                      |     |     |   |     |                           |                      |
| Verwendbarkeit           | <ul style="list-style-type: none"> <li>Bachelorstudiengang Buchhandel/Verlagswirtschaft</li> </ul> |     |     |   |     |                           |                      |

|  |  |                  |     |                        |     |                              |                      |
|--|--|------------------|-----|------------------------|-----|------------------------------|----------------------|
| <b>Fakultät Medien</b><br>Wahlpflichtmodul<br>Bachelorstudiengang Buchhandel/<br>Verlagswirtschaft |  | Kennzahl<br>7230 |     |                        |     |                              |                      |
| <b>Studienschwerpunktmodul: Kommunikationsmanagement 3</b>   |  |                  |     |                        |     |                              |                      |
| Dozententeam<br>verantwortlich   | <u>Prof. Dr. Heiko Hartmann</u>  |                  |     |                        |     |                              |                      |
| Moduldauer   | 1 Semester   |                  |     |                        |     |                              |                      |
| Regelsemester  | Wintersemester   | Sommersemester   |     | 4. Semester (jährlich) |     |                              |                      |
| Leistungspunkte  |  | 5                |     | 5                      |     |                              |                      |
| Unterrichtssprache   | Deutsch  |                  |     |                        |     |                              |                      |
| Voraussetzungen für<br>die Teilnahme   | Keine  |                  |     |                        |     |                              |                      |
| Lernziele/<br>Kompetenzen  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• die Studierenden kennen die wichtigsten Instrumente der internen Unternehmenskommunikation und können sie selbständig planen und bewerten</li> <li>• sie kennen gängige Instrumente des Konflikt- und Teammanagements und können die Kollegiale Fallberatung selbständig vorbereiten und durchführen</li> <li>• sie sind in der Lage, sich kurzfristig in eine praxisrelevante Fragestellung einzuarbeiten und Projektziele, Teamaufgaben und Milestones zu definieren</li> <li>• sie sind in der Lage, im Team zu arbeiten und ihre eigenen Interessen einem gemeinsamen Ziel unterzuordnen</li> </ul> |                  |     |                        |     |                              |                      |
| Lehrinhalte  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Funktion, Begriff und Typologie der Mitarbeiterkommunikation</li> <li>• Instrumente der Mitarbeiterkommunikation (u. a. MA-Gespräch, Team-Meetings, Newsletter)</li> <li>• Konflikt- und Teammanagement (bes. in Change-Prozessen)</li> <li>• wirksame Gesprächsführung in Medienunternehmen</li> <li>• Kollegiale Fallberatung (KFB)</li> <li>• kommunikative Ebene unternehmensinterner Planungsprozesse, u. a. Projektplanung, -organisation und -dokumentation</li> <li>• praktische Anwendung des erworbenen Wissens im Rahmen eines praxisnahen und vom Dozenten betreuten Projektes</li> </ul>   |                  |     |                        |     |                              |                      |
| Arbeitslast  | 150 Stunden, davon 42 Std. Präsenzzeit, 108 Std. Selbststudium und Prüfungslast  |                  |     |                        |     |                              |                      |
| Prüfungsvorleistungen  | Keine  |                  |     |                        |     |                              |                      |
| Lehrformen und<br>Prüfungen  | Lehreinheiten  | SWS              |     |                        |     | Prüfungsleistungen           | Leistungs-<br>punkte |
|  |  | V                | S   | P                      | Ü   |                              |                      |
|  |  |                  | 1.0 |                        | 2.0 | Projektarbeit (14<br>Wochen) | 5.0                  |

|                       |  |
|-----------------------|--|
| Literaturempfehlungen | werden zu Beginn der Lehrveranstaltung zur Verfügung gestellt                                      |
| Verwendbarkeit        | <ul style="list-style-type: none"><li>• Bachelorstudiengang Buchhandel/Verlagswirtschaft</li></ul> |

|  |   |                  |     |                        |     |                              |                      |
|--|---|------------------|-----|------------------------|-----|------------------------------|----------------------|
| <b>Fakultät Medien</b><br>Wahlpflichtmodul<br>Bachelorstudiengang Buchhandel/<br>Verlagswirtschaft |   | Kennzahl<br>7240 |     |                        |     |                              |                      |
| <b>Studienschwerpunktmodul: Kommunikationsmanagement 4</b>   |   |                  |     |                        |     |                              |                      |
| Dozententeam<br>verantwortlich   | <u>Prof. Dr. Heiko Hartmann</u>   |                  |     |                        |     |                              |                      |
| Moduldauer   | 1 Semester  |                  |     |                        |     |                              |                      |
| Regelsemester  | Wintersemester  | Sommersemester   |     | 6. Semester (jährlich) |     |                              |                      |
| Leistungspunkte  |   | 5                |     | 5                      |     |                              |                      |
| Unterrichtssprache   | Deutsch   |                  |     |                        |     |                              |                      |
| Voraussetzungen für<br>die Teilnahme   | Keine   |                  |     |                        |     |                              |                      |
| Lernziele/<br>Kompetenzen  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• die Studierenden kennen Funktionen und Instrumente moderner PR-Arbeit in Medienunternehmen</li> <li>• sie besitzen die theoretischen Kenntnisse, um PR-Kampagnen selbständig zu analysieren und zu konzipieren</li> <li>• sie sind zu einem Controlling von PR-Maßnahmen in der Lage</li> <li>• sie können ein Kommunikationsprojekt (u. a. PR, Werbung, MA-Information) inhaltlich und kaufmännisch planen und umsetzen</li> <li>• sie kennen die Instrumente von Wissensmanagement in Medienunternehmen und können dessen Optimierungspotentiale nutzen</li> </ul> |                  |     |                        |     |                              |                      |
| Lehrinhalte  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Begriff und Instrumente der PR (Public Relations)</li> <li>• Planungsablauf einer PR-Kampagne</li> <li>• Erfolgskontrolle von PR-Maßnahmen</li> <li>• Entwicklungstendenzen und Zukunftsperspektiven der Kommunikationspolitik</li> <li>• Praktische Anwendung des erworbenen Wissens auf studentische Arbeiten in diesem Studienschwerpunkt: Schwerpunkt "Wissensmanagement"</li> </ul>   |                  |     |                        |     |                              |                      |
| Arbeitslast  | 150 Stunden, davon 42 Std. Präsenzzeit, 108 Std. Selbststudium und Prüfungslast   |                  |     |                        |     |                              |                      |
| Prüfungsvorleistungen  | Keine   |                  |     |                        |     |                              |                      |
| Lehrformen und<br>Prüfungen  | Lehreinheiten   | SWS              |     |                        |     | Prüfungsleistungen           | Leistungs-<br>punkte |
|  |   | V                | S   | P                      | Ü   |                              |                      |
|  |   |                  | 1.0 |                        | 2.0 | Präsentation (20<br>Minuten) | 5.0                  |
| Literaturempfehlungen  | werden zu Beginn der Lehrveranstaltung zur Verfügung gestellt   |                  |     |                        |     |                              |                      |
| Verwendbarkeit   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bachelorstudiengang Buchhandel/Verlagswirtschaft</li> </ul>  |                  |     |                        |     |                              |                      |

|  |  |                  |     |                        |     |                           |                      |
|--|--|------------------|-----|------------------------|-----|---------------------------|----------------------|
| <b>Fakultät Medien</b><br>Wahlpflichtmodul<br>Bachelorstudiengang Buchhandel/<br>Verlagswirtschaft |  | Kennzahl<br>7310 |     |                        |     |                           |                      |
| <b>Studienschwerpunktmodul: Veranstaltungsmanagement 1</b>   |  |                  |     |                        |     |                           |                      |
| Dozententeam<br>verantwortlich   | <u>Prof. Dr. Ernst-Peter Biesalski</u>   |                  |     |                        |     |                           |                      |
| Moduldauer   | 1 Semester   |                  |     |                        |     |                           |                      |
| Regelsemester  | Wintersemester   | Sommersemester   |     | 2. Semester (jährlich) |     |                           |                      |
| Leistungspunkte  |  | 5                |     | 5                      |     |                           |                      |
| Unterrichtssprache   | Deutsch  |                  |     |                        |     |                           |                      |
| Voraussetzungen für<br>die Teilnahme   | Keine  |                  |     |                        |     |                           |                      |
| Lernziele/<br>Kompetenzen  | Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> <li>• können die Bedeutung des Veranstaltungsmanagements einschätzen</li> <li>• kennen nationale und internationale Messemärkte</li> <li>• wissen um die Bedeutung des Messemarketing und können dieses in das Marketingmix von Verlagen und Unternehmen der Pressewirtschaft einordnen</li> <li>• kennen die Besonderheiten des Messeauftritts aus Verlagssicht</li> <li>• kennen die wesentlichen Aspekte eines an den Bedürfnissen der Zielgruppe orientierten Messeauftritts und dessen Erfolgsfaktoren</li> </ul> |                  |     |                        |     |                           |                      |
| Lehrinhalte  | Veranstaltungsmanagement am Beispiel von Messebeteiligungen <ul style="list-style-type: none"> <li>• Der Veranstaltungsmarkt</li> <li>• Messengesellschaften und der Messemarkt (national/international)</li> <li>• Typologie von Messen</li> <li>• Die Bedeutung des Messemarketing im Marketingmix</li> <li>• Die Messeaktivitäten von Fach- und Publikumsverlagen</li> <li>• Elemente eines erfolgreichen Messeauftritts</li> <li>• Anforderungen an eine zielgruppenorientierte Planung und Durchführung des Messeauftritts</li> </ul>                                 |                  |     |                        |     |                           |                      |
| Arbeitslast  | 150 Stunden, davon 42 Std. Präsenzzeit, 108 Std. Selbststudium und Prüfungslast  |                  |     |                        |     |                           |                      |
| Prüfungsvorleistungen  | Keine  |                  |     |                        |     |                           |                      |
| Lehrformen und<br>Prüfungen  | Lehreinheiten  | SWS              |     |                        |     | Prüfungsleistungen        | Leistungs-<br>punkte |
|  |  | V                | S   | P                      | Ü   |                           |                      |
|  |  |                  | 1.0 |                        | 2.0 | Feldstudie (12<br>Wochen) | 5.0                  |

|                       |  |
|-----------------------|--|
| Literaturempfehlungen | werden zu Beginn der Lehrveranstaltung zur Verfügung gestellt                                      |
| Verwendbarkeit        | <ul style="list-style-type: none"><li>• Bachelorstudiengang Buchhandel/Verlagswirtschaft</li></ul> |

|  |  |                  |                        |
|--|--|------------------|------------------------|
| <b>Fakultät Medien</b><br>Wahlpflichtmodul<br>Bachelorstudiengang Buchhandel/<br>Verlagswirtschaft |  | Kennzahl<br>7320 |                        |
| <b>Studienschwerpunktmodul: Veranstaltungsmanagement 2</b>   |  |                  |                        |
| Dozententeam<br>verantwortlich   | <u>Prof. Dr. Ernst-Peter Biesalski</u>   |                  |                        |
| Moduldauer   | 1 Semester   |                  |                        |
| Regelsemester  | Wintersemester   | Sommersemester   | 3. Semester (jährlich) |
| Leistungspunkte  | 5  |                  | 5                      |
| Unterrichtssprache   | Deutsch  |                  |                        |
| Voraussetzungen für<br>die Teilnahme   | Keine  |                  |                        |
| Lernziele/<br>Kompetenzen  | Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> <li>• kennen die theoretischen Grundlagen des Projektmanagements und können diese auf praktische Fragestellungen übertragen</li> <li>• sind in der Lage eine Messemarketingkonzept zu entwickeln</li> <li>• können Messeziele formulieren und geeignete Strategien ableiten</li> <li>• kennen die in Verbindung mit dem Messemarketing sinnvoll einzusetzenden Marketingmaßnahmen und können diese umsetzen</li> <li>• können eine Budgetplanung für einen Messeauftritt erstellen</li> <li>• sind in der Lage unter Zeitdruck Veranstaltungen vorzubereiten</li> <li>• sind mit den verschiedenen Formen von Autorenlesungen vertraut, können diese planen und durchführen</li> </ul>   |                  |                        |
| Lehrinhalte  | Veranstaltungsmanagement am Beispiel von Messebeteiligungen <ul style="list-style-type: none"> <li>• theoretische Auseinandersetzung mit dem Projektmanagement und dem Projektmanagementprozess: Projektziel / Projektplanung / Projektorganisation / Terminplanung / Ressourcenplanung / Projektcontrolling / Projektdokumentation</li> <li>• Entwicklung eines Messemarketing-Konzepts für die Studiengangspräsentation auf der die Leipziger Buchmesse</li> <li>• Festlegung von Messezielen und Ableitung einer Messestrategie</li> <li>• Auswahl geeigneter Marketingmaßnahmen und deren operative Umsetzung</li> <li>• Planung und Organisation von Einzelveranstaltungen im Rahmen der Messe</li> <li>• Budgetierung von Messebeteiligungen</li> </ul> Planung und Durchführung von Autorenlesungen |                  |                        |
| Arbeitslast  | 150 Stunden, davon 42 Std. Präsenzzeit, 108 Std. Selbststudium und Prüfungslast  |                  |                        |
| Prüfungsvorleistungen  | Keine  |                  |                        |

| Lehrformen und Prüfungen | Lehreinheiten  | SWS |     |   |     | Prüfungsleistungen        | Leistungspunkte |
|--------------------------|--|-----|-----|---|-----|---------------------------|-----------------|
|                          |  | V   | S   | P | Ü   |                           |                 |
|                          |  |     | 1.0 |   | 2.0 | Präsentation (20 Minuten) | 5.0             |
| Literaturempfehlungen    | werden zu Beginn der Lehrveranstaltung zur Verfügung gestellt                                      |     |     |   |     |                           |                 |
| Verwendbarkeit           | <ul style="list-style-type: none"> <li>Bachelorstudiengang Buchhandel/Verlagswirtschaft</li> </ul> |     |     |   |     |                           |                 |

|  |   |                  |                        |
|--|---|------------------|------------------------|
| <b>Fakultät Medien</b><br>Wahlpflichtmodul<br>Bachelorstudiengang Buchhandel/<br>Verlagswirtschaft |   | Kennzahl<br>7330 |                        |
| <b>Studienschwerpunktmodul: Veranstaltungsmanagement 3</b>   |   |                  |                        |
| Dozententeam<br>verantwortlich   | <u>Prof. Dr. Ernst-Peter Biesalski</u>  |                  |                        |
| Moduldauer   | 1 Semester  |                  |                        |
| Regelsemester  | Wintersemester  | Sommersemester   | 4. Semester (jährlich) |
| Leistungspunkte  |   | 5                | 5                      |
| Unterrichtssprache   | Deutsch   |                  |                        |
| Voraussetzungen für<br>die Teilnahme   | Keine   |                  |                        |
| Lernziele/<br>Kompetenzen  | Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> <li>• kennen die in Verbindung mit dem Messemarketing sinnvoll einzusetzenden Marketingmaßnahmen</li> <li>• können diese Marketingmaßnahmen planen und umsetzen</li> <li>• können den finanziellen Rahmen einer Messebeteiligung und der damit verbundenen Aktivitäten einzuschätzen und sich an Budgetvorgaben halten</li> <li>• sind in der Lage sich kurzfristig in eine praxisrelevante Fragestellung einzuarbeiten und Projektziele sowie Milestones zu definieren</li> <li>• sind in der Lage den Messeauftritt für ein konkretes Unternehmen zu planen und durchzuführen</li> <li>• kennen die Instrumente des Eventmarketing und können diese anwenden</li> </ul> |                  |                        |
| Lehrinhalte  | Veranstaltungsmanagement am Beispiel von Messebeteiligungen <ul style="list-style-type: none"> <li>• Operative Umsetzung einer Messestrategie für Buch- und Presseverlage</li> <li>• Umgang mit einem Messebudget</li> <li>• Messestandgestaltung</li> <li>• Instrumente der Messeerfolgskontrolle</li> </ul> Projektmanagement im Bereich des Messemarketing: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vorbereitung und Planung von Messeaktivitäten,</li> <li>• operative Umsetzung,</li> <li>• Nachbereitung</li> </ul> Arbeiten im TeamEventmarketing und seine Bedeutung für Medienunternehmen   |                  |                        |
| Arbeitslast  | 150 Stunden, davon 42 Std. Präsenzzeit, 108 Std. Selbststudium und Prüfungslast   |                  |                        |
| Prüfungsvorleistungen  | Keine   |                  |                        |

| Lehrformen und Prüfungen | Lehreinheiten  | SWS |     |   |     | Prüfungsleistungen        | Leistungspunkte |
|--------------------------|--|-----|-----|---|-----|---------------------------|-----------------|
|                          |  | V   | S   | P | Ü   |                           |                 |
|                          |  |     | 1.0 |   | 2.0 | Projektarbeit (14 Wochen) | 5.0             |
| Literaturempfehlungen    | werden zu Beginn der Lehrveranstaltung zur Verfügung gestellt                                      |     |     |   |     |                           |                 |
| Verwendbarkeit           | <ul style="list-style-type: none"> <li>Bachelorstudiengang Buchhandel/Verlagswirtschaft</li> </ul> |     |     |   |     |                           |                 |

|  |   |                  |     |                        |     |                              |                      |
|--|---|------------------|-----|------------------------|-----|------------------------------|----------------------|
| <b>Fakultät Medien</b><br>Wahlpflichtmodul<br>Bachelorstudiengang Buchhandel/<br>Verlagswirtschaft |   | Kennzahl<br>7340 |     |                        |     |                              |                      |
| <b>Studienschwerpunktmodul: Veranstaltungsmanagement 4</b>   |   |                  |     |                        |     |                              |                      |
| Dozententeam<br>verantwortlich   | <u>Prof. Dr. Ernst-Peter Biesalski</u>  |                  |     |                        |     |                              |                      |
| Moduldauer   | 1 Semester  |                  |     |                        |     |                              |                      |
| Regelsemester  | Wintersemester  | Sommersemester   |     | 6. Semester (jährlich) |     |                              |                      |
| Leistungspunkte  |   | 5                |     | 5                      |     |                              |                      |
| Unterrichtssprache   | Deutsch   |                  |     |                        |     |                              |                      |
| Voraussetzungen für<br>die Teilnahme   | Keine   |                  |     |                        |     |                              |                      |
| Lernziele/<br>Kompetenzen  | Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> <li>• Können das erworbene Wissen zum Veranstaltungsmanagement auf ein konkretes Beispiel anwenden</li> <li>• können die Instrumente des Veranstaltungsmarketing gezielt auswählen und einsetzen</li> <li>• können eine strukturierte und den Projektverlauf wiedergebende Projektdokumentation erstellen</li> <li>• können Ergebnisse eigener Arbeit wirkungsvoll präsentieren</li> </ul>  |                  |     |                        |     |                              |                      |
| Lehrinhalte  | Veranstaltungsmarketing in der Medienbranche :<br>Entwicklung eines Veranstaltungskonzeptes in Kooperation mit einem Unternehmen der Medienwirtschaft <ul style="list-style-type: none"> <li>• Festlegung von Veranstaltungszielen und Ableitung einer Strategie</li> <li>• Auswahl geeigneter Marketingmaßnahmen und Hinweise zu deren operativer Umsetzung</li> <li>• Einhaltung des vorgegebenen Budgets und des zeitlichen Rahmens</li> <li>• Empfehlung von Maßnahmen zur Erfolgskontrolle</li> </ul> Anforderungen und Bestandteile einer Projektdokumentation<br>Anforderungen an eine Projektpräsentation |                  |     |                        |     |                              |                      |
| Arbeitslast  | 150 Stunden, davon 42 Std. Präsenzzeit, 108 Std. Selbststudium und Prüfungslast   |                  |     |                        |     |                              |                      |
| Prüfungsvorleistungen  | Keine   |                  |     |                        |     |                              |                      |
| Lehrformen und<br>Prüfungen  | Lehreinheiten   | SWS              |     |                        |     | Prüfungsleistungen           | Leistungs-<br>punkte |
|  |   | V                | S   | P                      | Ü   |                              |                      |
|  |   |                  | 1.0 |                        | 2.0 | Präsentation (20<br>Minuten) | 5.0                  |

|                       |  |
|-----------------------|--|
| Literaturempfehlungen | werden zu Beginn der Lehrveranstaltung zur Verfügung gestellt                                      |
| Verwendbarkeit        | <ul style="list-style-type: none"><li>• Bachelorstudiengang Buchhandel/Verlagswirtschaft</li></ul> |

|  |  |                  |   |                        |   |                    |                      |
|--|--|------------------|---|------------------------|---|--------------------|----------------------|
| <b>Fakultät Medien</b><br>Wahlpflichtmodul<br>Bachelorstudiengang Buchhandel/<br>Verlagswirtschaft |  | Kennzahl<br>7410 |   |                        |   |                    |                      |
| <b>Studienschwerpunktmodul: Pressemanagement 1</b>   |  |                  |   |                        |   |                    |                      |
| Dozententeam<br>verantwortlich   | <u>Prof. Dr. Gunter Janssen</u>  |                  |   |                        |   |                    |                      |
| Moduldauer   | 1 Semester   |                  |   |                        |   |                    |                      |
| Regelsemester  | Wintersemester   | Sommersemester   |   | 2. Semester (jährlich) |   |                    |                      |
| Leistungspunkte  |  | 5                |   | 5                      |   |                    |                      |
| Unterrichtssprache   | Deutsch  |                  |   |                        |   |                    |                      |
| Voraussetzungen für<br>die Teilnahme   | Keine  |                  |   |                        |   |                    |                      |
| Lernziele/<br>Kompetenzen  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Studierende beherrschen die theoretischen und wissenschaftlichen Grundlagen der Fachdisziplin sowie die praktischen journalistischen Arbeitstechniken der Recherche und der Inhalteaufbereitung</li> <li>• Studierende können journalistische Arbeit planen und reflektieren</li> <li>• Studierende akzeptieren die Leserorientierung als Rahmenbedingung</li> <li>• Studierende kennen die rechtlichen Aspekte journalistischer Arbeit</li> <li>• Studierende sind in der Lage sich kurzfristig in eine praxisrelevante Fragestellung einzuarbeiten und einem journalistischen Arbeitsergebnis zuzuführen</li> <li>• Studierenden sind in der Lage im Team zu arbeiten und ihre eigenen Interessen einem gemeinsamen Ziel unter zu ordnen</li> </ul> |                  |   |                        |   |                    |                      |
| Lehrinhalte  | Journalismus <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pressewesen, Pressewirtschaft und Pressemanagement</li> <li>• Journalismus und Journalistik, Kommunikationswissenschaft, Medienwissenschaft</li> <li>• Grundlagen der journalistischen Arbeit</li> <li>• journalistische Darstellungsformen, journalistische Recherche, journalistische Stilformen, journalistische Qualität, journalistische Ethik, Pressekodex, Innovation</li> <li>• Rechtsfragen: Presserecht, Medienrecht und Pressefreiheit</li> <li>• Praktische Anwendung des erworbenen Wissens im Rahmen einer praxisnahen und vom Dozenten betreuten Projektarbeit</li> </ul>   |                  |   |                        |   |                    |                      |
| Arbeitslast  | 150 Stunden, davon 42 Std. Präsenzzeit, 108 Std. Selbststudium und Prüfungslast  |                  |   |                        |   |                    |                      |
| Prüfungsvorleistungen  | Keine  |                  |   |                        |   |                    |                      |
| Lehrformen und<br>Prüfungen  | Lehrinheiten   | SWS              |   |                        |   | Prüfungsleistungen | Leistungs-<br>punkte |
|  |  | V                | S | P                      | Ü |                    |                      |

|                       |  |  |     |  |     |                        |     |
|-----------------------|--|--|-----|--|-----|------------------------|-----|
|                       |  |  | 1.0 |  | 2.0 | Feldstudie (12 Wochen) | 5.0 |
| Literaturempfehlungen | werden zu Beginn der Lehrveranstaltung zur Verfügung gestellt                                      |  |     |  |     |                        |     |
| Verwendbarkeit        | <ul style="list-style-type: none"> <li>Bachelorstudiengang Buchhandel/Verlagswirtschaft</li> </ul> |  |     |  |     |                        |     |

|  |  |                  |   |                        |   |                    |                      |
|--|--|------------------|---|------------------------|---|--------------------|----------------------|
| <b>Fakultät Medien</b><br>Wahlpflichtmodul<br>Bachelorstudiengang Buchhandel/<br>Verlagswirtschaft |  | Kennzahl<br>7420 |   |                        |   |                    |                      |
| <b>Studienschwerpunktmodul: Pressemanagement 2</b>   |  |                  |   |                        |   |                    |                      |
| Dozententeam<br>verantwortlich   | <u>Prof. Dr. Gunter Janssen</u>  |                  |   |                        |   |                    |                      |
| Moduldauer   | 1 Semester   |                  |   |                        |   |                    |                      |
| Regelsemester  | Wintersemester   | Sommersemester   |   | 3. Semester (jährlich) |   |                    |                      |
| Leistungspunkte  | 5  |                  |   | 5                      |   |                    |                      |
| Unterrichtssprache   | Deutsch  |                  |   |                        |   |                    |                      |
| Voraussetzungen für<br>die Teilnahme   | Keine  |                  |   |                        |   |                    |                      |
| Lernziele/<br>Kompetenzen  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Studierende planen Projekte im Pressebereich und führen diese durch</li> <li>• Studierende besitzen die dafür nötigen theoretischen Kenntnisse sowie praktischen Fertigkeiten und können diese gezielt anwenden</li> <li>• Studierende sind in der Lage sich kurzfristig in eine praxisrelevante Fragestellung einzuarbeiten und Projektziele zu formulieren sowie Projektphasen und Meilensteine zu definieren</li> <li>• Studierende können eine strukturierte und den Projektverlauf wiedergebende Projektdokumentation erstellen</li> <li>• Studierende können ein Presseprodukt inhaltlich und kaufmännisch planen und umsetzen</li> <li>• die Studierenden sind in der Lage im Team zu arbeiten und ihre eigenen Interessen einem gemeinsamen Ziel unter zu ordnen</li> </ul> |                  |   |                        |   |                    |                      |
| Lehrinhalte  | Redaktions-Projektmanagement <ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlagen des Projektmanagements in Redaktionen in den Bereichen Anzeigen, Blattplanung, Redaktionsarbeit, Redaktionsmanagement, Vertriebsarbeit, Teamführung</li> <li>• theoretische Auseinandersetzung mit dem Projektmanagement und dem Projektmanagementprozess: Projektziel / Projektplanung / Projektorganisation / Terminplanung / Ressourcenplanung / Projektcontrolling / Projektdokumentation / Projektabschluss</li> <li>• Praktische Anwendung des erworbenen Wissens im Rahmen einer praxisnahen und vom Dozenten betreuten Projektarbeit über mehrere Semester</li> </ul>   |                  |   |                        |   |                    |                      |
| Arbeitslast  | 150 Stunden, davon 42 Std. Präsenzzeit, 108 Std. Selbststudium und Prüfungslast  |                  |   |                        |   |                    |                      |
| Prüfungsvorleistungen  | Keine  |                  |   |                        |   |                    |                      |
| Lehrformen und<br>Prüfungen  | Lehreinheiten  | SWS              |   |                        |   | Prüfungsleistungen | Leistungs-<br>punkte |
|  |  | V                | S | P                      | Ü |                    |                      |

|                       |   |  |     |  |     |                           |     |
|-----------------------|---|--|-----|--|-----|---------------------------|-----|
|                       |   |  | 1.0 |  | 2.0 | Präsentation (20 Minuten) | 5.0 |
| Literaturempfehlungen | werden zu Beginn der Lehrveranstaltung zur Verfügung gestellt |  |     |  |     |                           |     |
| Verwendbarkeit        | • Bachelorstudiengang Buchhandel/Verlagswirtschaft            |  |     |  |     |                           |     |

|  |   |                  |     |                        |     |                              |                      |
|--|---|------------------|-----|------------------------|-----|------------------------------|----------------------|
| <b>Fakultät Medien</b><br>Wahlpflichtmodul<br>Bachelorstudiengang Buchhandel/<br>Verlagswirtschaft |   | Kennzahl<br>7430 |     |                        |     |                              |                      |
| <b>Studienschwerpunktmodul: Pressemanagement 3</b>   |   |                  |     |                        |     |                              |                      |
| Dozententeam<br>verantwortlich   | <u>Prof. Dr. Gunter Janssen</u>   |                  |     |                        |     |                              |                      |
| Moduldauer   | 1 Semester  |                  |     |                        |     |                              |                      |
| Regelsemester  | Wintersemester  | Sommersemester   |     | 4. Semester (jährlich) |     |                              |                      |
| Leistungspunkte  |   | 5                |     | 5                      |     |                              |                      |
| Unterrichtssprache   | Deutsch   |                  |     |                        |     |                              |                      |
| Voraussetzungen für<br>die Teilnahme   | Keine   |                  |     |                        |     |                              |                      |
| Lernziele/<br>Kompetenzen  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Studierende akzeptieren die Notwendigkeit systematisch geplanter und umgesetzter Redaktionsarbeit</li> <li>Studierende können journalistische Mitarbeiter auswählen, mit Arbeitsaufträgen versehen und als Führungskraft anleiten, motivieren und beurteilen</li> <li>Studierende sind in der Lage im Team zu arbeiten und ihre eigenen Interessen einem gemeinsamen Ziel unter zu ordnen</li> </ul>                           |                  |     |                        |     |                              |                      |
| Lehrinhalte  | Redaktionsmanagement <ul style="list-style-type: none"> <li>Grundlagen, Instrumente und Methoden des Redaktionsmanagements</li> <li>Organisation und Prozesse, Strukturen, Entwicklung und Planung, Innovation</li> <li>Personaleinsatz, Personalauswahl, Personalentwicklung</li> <li>Redaktionsmarketing - marktorientierte Unternehmensführung</li> <li>Redaktions-Controlling (Budgetierung und kaufmännische Rechnung bei journalistischen Produkten)</li> </ul> |                  |     |                        |     |                              |                      |
| Arbeitslast  | 150 Stunden, davon 42 Std. Präsenzzeit, 108 Std. Selbststudium und Prüfungslast   |                  |     |                        |     |                              |                      |
| Prüfungsvorleistungen  | Keine   |                  |     |                        |     |                              |                      |
| Lehrformen und<br>Prüfungen  | Lehreinheiten   | SWS              |     |                        |     | Prüfungsleistungen           | Leistungs-<br>punkte |
|  |   | V                | S   | P                      | Ü   |                              |                      |
|  |   |                  | 1.0 |                        | 2.0 | Projektarbeit (14<br>Wochen) | 5.0                  |
| Literaturempfehlungen  | werden zu Beginn der Lehrveranstaltung zur Verfügung gestellt   |                  |     |                        |     |                              |                      |
| Verwendbarkeit   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Bachelorstudiengang Buchhandel/Verlagswirtschaft</li> </ul>  |                  |     |                        |     |                              |                      |

|  |  |                  |     |                        |     |                              |                      |
|--|--|------------------|-----|------------------------|-----|------------------------------|----------------------|
| <b>Fakultät Medien</b><br>Wahlpflichtmodul<br>Bachelorstudiengang Buchhandel/<br>Verlagswirtschaft |  | Kennzahl<br>7440 |     |                        |     |                              |                      |
| <b>Studienschwerpunktmodul: Pressemanagement 4</b>   |  |                  |     |                        |     |                              |                      |
| Dozententeam<br>verantwortlich   | <u>Prof. Dr. Gunter Janssen</u>  |                  |     |                        |     |                              |                      |
| Moduldauer   | 1 Semester   |                  |     |                        |     |                              |                      |
| Regelsemester  | Wintersemester   | Sommersemester   |     | 6. Semester (jährlich) |     |                              |                      |
| Leistungspunkte  |  | 5                |     | 5                      |     |                              |                      |
| Unterrichtssprache   | Deutsch  |                  |     |                        |     |                              |                      |
| Voraussetzungen für<br>die Teilnahme   | Keine  |                  |     |                        |     |                              |                      |
| Lernziele/<br>Kompetenzen  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Studierende kennen die Grundlagen und Zusammenhänge der Werbewirtschaft sowie die Funktion der entsprechenden Geschäftsmodelle</li> <li>• Studierende können die Vermarktung von Werberaum systematisch planen und marktorientiert gestalten</li> <li>• Studierende können innovative Vermarktungsmodelle gestalten und beurteilen</li> <li>• Studierende sind in der Lage, Verlagsprozesse zielorientiert zu steuern</li> </ul>  |                  |     |                        |     |                              |                      |
| Lehrinhalte  | Werbemarkt und Drittmärkte <ul style="list-style-type: none"> <li>• Werbewirtschaft, Werbemärkte, Geschäftsmodelle</li> <li>• Vermarktung von Werberaum, Kennziffern und Methoden der Media-Planung</li> <li>• Vermarktung auf Drittmärkten (Rechte und Lizenzen im Pressemarkt)</li> <li>• Verlagsmarketing - marktorientierte Unternehmensführung und Innovation</li> <li>• Verlags-Controlling (Budgetierung und kaufmännische Rechnung bei Medienprodukten)</li> </ul> |                  |     |                        |     |                              |                      |
| Arbeitslast  | 150 Stunden, davon 42 Std. Präsenzzeit, 108 Std. Selbststudium und Prüfungslast  |                  |     |                        |     |                              |                      |
| Prüfungsvorleistungen  | Keine  |                  |     |                        |     |                              |                      |
| Lehrformen und<br>Prüfungen  | Lehreinheiten  | SWS              |     |                        |     | Prüfungsleistungen           | Leistungs-<br>punkte |
|  |  | V                | S   | P                      | Ü   |                              |                      |
|  |  |                  | 1.0 |                        | 2.0 | Präsentation (20<br>Minuten) | 5.0                  |
| Literaturempfehlungen  | werden zu Beginn der Lehrveranstaltung zur Verfügung gestellt  |                  |     |                        |     |                              |                      |
| Verwendbarkeit   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bachelorstudiengang Buchhandel/Verlagswirtschaft</li> </ul>   |                  |     |                        |     |                              |                      |

|  |  |                  |     |                        |   |                                       |                      |
|--|--|------------------|-----|------------------------|---|---------------------------------------|----------------------|
| <b>Fakultät Medien</b><br>Pflichtmodul<br>Bachelorstudiengang Buchhandel/<br>Verlagswirtschaft |  | Kennzahl<br>9100 |     |                        |   |                                       |                      |
| <b>Bachelormodul: Bachelorarbeit und Bachelorseminar</b>                                       |  |                  |     |                        |   |                                       |                      |
| Dozententeam<br>verantwortlich   | <u>Professoren der Fakultät Medien</u>   |                  |     |                        |   |                                       |                      |
| Moduldauer   | 1 Semester   |                  |     |                        |   |                                       |                      |
| Regelsemester  | Wintersemester   | Sommersemester   |     | 1. Semester (jährlich) |   |                                       |                      |
| Leistungspunkte  |  | 15               |     | 15                     |   |                                       |                      |
| Unterrichtssprache   | Deutsch  |                  |     |                        |   |                                       |                      |
| Voraussetzungen für<br>die Teilnahme   | siehe PrüfO - BVB §19, Abs. 5  |                  |     |                        |   |                                       |                      |
| Lernziele/<br>Kompetenzen  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Studenten können aktuelle Problemstellungen aus der Branche eigenständig aufbereiten, reflektieren und auch präsentieren</li> <li>• Sie beherrschen wissenschaftliche Arbeitsweisen und können diese auf spezifische Problemstellungen anwenden</li> <li>• Sie können komplexe Sachverhalte schriftlich darstellen und sich dabei wissenschaftlicher Standards zu bedienen</li> <li>• Sie beherrschen Recherchetechniken und Quellenerschließung</li> <li>• Sie können wesentliche Ergebnisse von Ausarbeitungen präsentieren und reflektieren</li> </ul> |                  |     |                        |   |                                       |                      |
| Lehrinhalte  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 9110 Bachelorarbeit Erstellung einer eigenen wissenschaftlichen Ausarbeitung zu einer branchenrelevanten Fragestellung</li> <li>• 9120 Bachelorseminar Präsentation und Diskussion von Aufgabenstellung und Ergebnissen der eigenen Arbeit</li> </ul>   |                  |     |                        |   |                                       |                      |
| Arbeitslast  | 450 Stunden, davon 14 Std. Präsenzzeit, 436 Std. Selbststudium und Prüfungslast  |                  |     |                        |   |                                       |                      |
| Prüfungsvorleistungen  | Keine  |                  |     |                        |   |                                       |                      |
| Lehrformen und<br>Prüfungen  | Lehreinheiten  | SWS              |     |                        |   | Prüfungsleistungen                    | Leistungs-<br>punkte |
|  |  | V                | S   | P                      | Ü |                                       |                      |
|  | 9110 Bachelor Arbeit   |                  |     |                        |   | Bachelorarbeit (9 Wochen)             | 12.0                 |
|  | 9120 Bachelorseminar   |                  | 1.0 |                        |   | Präsentation (BN / 3 LP) (20 Minuten) | 3.0                  |
| Literaturempfehlungen  | Empfehlung durch den Betreuer  |                  |     |                        |   |                                       |                      |
| Verwendbarkeit   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bachelorstudiengang Buchhandel/Verlagswirtschaft</li> </ul>   |                  |     |                        |   |                                       |                      |



|  |  |                  |                        |   |     |                              |                         |
|--|--|------------------|------------------------|---|-----|------------------------------|-------------------------|
| <b>Fakultät Medien</b><br>Wahlpflichtmodul<br>Bachelorstudiengang Buchhandel/<br>Verlagswirtschaft |  | Kennzahl<br>7440 |                        |   |     |                              |                         |
| <b>Studienschwerpunktmodul: Pressemanagement 4</b>   |  |                  |                        |   |     |                              |                         |
| Dozententeam<br>verantwortlich   | <u>Prof. Dr. Gunter Janssen</u>  |                  |                        |   |     |                              |                         |
| Moduldauer   | 1 Semester   |                  |                        |   |     |                              |                         |
| Regelsemester  | Wintersemester   | Sommersemester   | 6. Semester (jährlich) |   |     |                              |                         |
| Leistungspunkte  |  | 5                | 5                      |   |     |                              |                         |
| Unterrichtssprache   | Deutsch  |                  |                        |   |     |                              |                         |
| Voraussetzungen für<br>die Teilnahme   | Keine  |                  |                        |   |     |                              |                         |
| Lernziele/<br>Kompetenzen  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Studierende kennen die Grundlagen und Zusammenhänge der Werbewirtschaft sowie die Funktion der entsprechenden Geschäftsmodelle</li> <li>• Studierende können die Vermarktung von Werberaum systematisch planen und marktorientiert gestalten</li> <li>• Studierende können innovative Vermarktungsmodelle gestalten und beurteilen</li> <li>• Studierende sind in der Lage, Verlagsprozesse zielorientiert zu steuern</li> </ul>  |                  |                        |   |     |                              |                         |
| Lehrinhalte  | Werbemarkt und Drittmärkte <ul style="list-style-type: none"> <li>• Werbewirtschaft, Werbemärkte, Geschäftsmodelle</li> <li>• Vermarktung von Werberaum, Kennziffern und Methoden der Media-Planung</li> <li>• Vermarktung auf Drittmärkten (Rechte und Lizenzen im Pressemarkt)</li> <li>• Verlagsmarketing - marktorientierte Unternehmensführung und Innovation</li> <li>• Verlags-Controlling (Budgetierung und kaufmännische Rechnung bei Medienprodukten)</li> </ul> |                  |                        |   |     |                              |                         |
| Arbeitslast  | 150 Stunden, davon 42 Std. Präsenzzeit, 108 Std. Selbststudium und Prüfungslast  |                  |                        |   |     |                              |                         |
| Prüfungsvorleistungen  | Keine  |                  |                        |   |     |                              |                         |
| Lehrformen und<br>Prüfungen  | Lehreinheiten  | SWS              |                        |   |     | Prüfungsleistungen           | Leistungs-<br>punkte *) |
|  |  | V                | S                      | P | Ü   |                              |                         |
|  |  |                  | 1.0                    |   | 2.0 | Präsentation (20<br>Minuten) | 5.0                     |
| Literaturempfehlungen  | werden zu Beginn der Lehrveranstaltung zur Verfügung gestellt  |                  |                        |   |     |                              |                         |
| Verwendbarkeit   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bachelorstudiengang Buchhandel/Verlagswirtschaft</li> </ul>   |                  |                        |   |     |                              |                         |

|  |  |                  |     |                        |   |  |                         |
|--|--|------------------|-----|------------------------|---|--|-------------------------|
| <b>Fakultät Medien</b><br>Pflichtmodul<br>Bachelorstudiengang Buchhandel/<br>Verlagswirtschaft |  | Kennzahl<br>9100 |     |                        |   |  |                         |
| <b>Bachelormodul: Bachelorarbeit und Bachelorseminar</b>                                       |  |                  |     |                        |   |  |                         |
| Dozententeam<br>verantwortlich   | <u>Professoren der Fakultät Medien</u>   |                  |     |                        |   |  |                         |
| Moduldauer   | 1 Semester   |                  |     |                        |   |  |                         |
| Regelsemester  | Wintersemester   | Sommersemester   |     | 1. Semester (jährlich) |   |  |                         |
| Leistungspunkte  |  | 15               |     | 15                     |   |  |                         |
| Unterrichtssprache   | Deutsch  |                  |     |                        |   |  |                         |
| Voraussetzungen für<br>die Teilnahme   | siehe PrüfO - BVB §19, Abs. 5  |                  |     |                        |   |  |                         |
| Lernziele/<br>Kompetenzen  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Studenten können aktuelle Problemstellungen aus der Branche eigenständig aufbereiten, reflektieren und auch präsentieren</li> <li>• Sie beherrschen wissenschaftliche Arbeitsweisen und können diese auf spezifische Problemstellungen anwenden</li> <li>• Sie können komplexe Sachverhalte schriftlich darstellen und sich dabei wissenschaftlicher Standards zu bedienen</li> <li>• Sie beherrschen Recherchetechniken und Quellenerschließung</li> <li>• Sie können wesentliche Ergebnisse von Ausarbeitungen präsentieren und reflektieren</li> </ul> |                  |     |                        |   |  |                         |
| Lehrinhalte  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 9110 Bachelorarbeit Erstellung einer eigenen wissenschaftlichen Ausarbeitung zu einer branchenrelevanten Fragestellung</li> <li>• 9120 Bachelorseminar Präsentation und Diskussion von Aufgabenstellung und Ergebnissen der eigenen Arbeit</li> </ul>   |                  |     |                        |   |  |                         |
| Arbeitslast  | 450 Stunden, davon 14 Std. Präsenzzeit, 436 Std. Selbststudium und Prüfungslast  |                  |     |                        |   |  |                         |
| Prüfungsvorleistungen  | Keine  |                  |     |                        |   |  |                         |
| Lehrformen und<br>Prüfungen  | Lehreinheiten  | SWS              |     |                        |   | Prüfungsleistungen                       | Leistungs-<br>punkte *) |
|  |  | V                | S   | P                      | Ü |  |                         |
|  | 9110 Bachelor Arbeit   |                  |     |                        |   | Bachelorarbeit (9<br>Wochen)             | 12.0                    |
|  | 9120 Bachelorseminar   |                  | 1.0 |                        |   | Präsentation (BN / 3<br>LP) (20 Minuten) | 3.0                     |
| Literaturempfehlungen  | Empfehlung durch den Betreuer  |                  |     |                        |   |  |                         |
| Verwendbarkeit   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bachelorstudiengang Buchhandel/Verlagswirtschaft</li> </ul>   |                  |     |                        |   |  |                         |



# **Studienordnung**

für den

## **Bachelorstudiengang Buchhandel/Verlagswirtschaft**

an der Hochschule für Technik, Wirtschaft und Kultur Leipzig

**(Stud0-BVB)**

**Anlage 4: Praktikumsordnung (Prakt0-BVB)**

## Inhaltsverzeichnis

---

|      |   |   |
|------|---|---|
| § 1  | Geltungsbereich                               | 3 |
| § 2  | Zielsetzung                                   | 3 |
| § 3  | Praktikumsbeauftragter                        | 3 |
| § 4  | Charakteristik/Profil der Praxisstellen       | 4 |
| § 5  | Praktikumsvertrag                             | 4 |
| § 6  | Ziele der Praxisphase                         | 5 |
| § 7  | Lage und Dauer der Praxisphase                | 5 |
| § 8  | Zulassung zur Praxisphase                     | 5 |
| § 9  | Begleitung der Praxisphase durch die Fakultät | 5 |
| § 10 | Status der Studenten; Praktikumsvereinbarung  | 6 |
| § 11 | Freistellung und Fehlzeiten                   | 6 |
| § 12 | Wechsel der Praxisstelle                      | 6 |
| § 13 | Praxisphase im Ausland                        | 7 |
| § 14 | Praktikumsbericht                             | 7 |
| § 15 | Kolloquium                                    | 7 |
| § 16 | Praktikumsbestätigung                         | 7 |
| § 17 | Anerkennung und Bewertung der Praxisphase     | 8 |

## **§ 1 Geltungsbereich**

- (1) Diese Praktikumsordnung ist Bestandteil der Studienordnung des Bachelorstudienganges Buchhandel/Verlagswirtschaft.
- (2) Nach § 2 und § 16 Abs. 6 PrüfO-BVB und § 7 Abs. 2 StudO-BVB regelt die Praktikumsordnung die Durchführung der Praxisphase (Pflichtmodul) mit einer Dauer von 20 Wochen im 5. Semester.

## **§ 2 Zielsetzung**

- (1) Das Praktikum zielt ab auf eine enge Verbindung zwischen Studium und Berufspraxis. Sie dient den Studenten als Einblick in die Berufs- und Arbeitsfelder. Es ermöglicht ihnen die Zusammenführung des erworbenen Wissens und Könnens unter realen Bedingungen und Leistungsforderungen der beruflichen Praxis.
- (2) Die Praxisphase verfolgt zudem die Ziele,
  - fachliche Kenntnisse, Fähigkeiten und Fertigkeiten durch praktische Anwendung zu vertiefen,
  - soziale Kompetenzen im Zusammenhang mit der Eingliederung in bestehende Personal- und Organisationsstrukturen weiterzuentwickeln,
  - Einsichten in die Folgen des eigenen beruflichen Handelns zu gewinnen.

## **§ 3 Praktikumsbeauftragter**

- (1) Auf Vorschlag der Studienkommission wählt der Fakultätsrat für die Dauer einer Wahlperiode einen der Fakultät angehörenden Professor zum Praktikumsbeauftragten für den Bachelorstudiengang Buchhandel/Verlagswirtschaft.
- (2) Der Praktikumsbeauftragte hat insbesondere folgende Aufgaben
  - Schaffung der organisatorischen Grundlagen für die Durchführung und Betreuung der Praktika
  - Sammlung von Adressen geeigneter Praktikumsplätze
  - Beratung der Studenten in allen praktikumsbezogenen Fragen
  - Entscheidung über die Anerkennung von Praxisstellen
  - Entscheidung über die Zulassung zu Praktika
  - Entscheidung über die Anerkennung von Praktika
  - Organisatorische und inhaltliche Vor- und Nachbereitung der Praktika nach den Ordnungen der Hochschule
  - Überprüfung der von den Studenten einzureichenden Unterlagen für das jeweilige Praktikum
  - Pflege der Beziehungen zu Praktikumseinrichtungen
  - Zusammenarbeit mit Firmen, Einrichtungen und Fachkräften der Praxis im Hinblick auf generelle und den einzelnen Studenten betreffende Fragen der Praktika

- Organisation und Durchführung von Treffen mit Ausbildungsleitern bzw. Vertretern der Praktikumseinrichtungen.

#### **§ 4**

#### **Charakteristik/Profil der Praxisstellen**

- (1) Praxisstellen sind Unternehmen der Buch- und Pressewirtschaft sowie weiterer Bereiche der Kultur- und Medienwirtschaft, die durch ihre Funktion und Aufgabenstellung die berufsbezogene Ausbildung von Studenten übernehmen können.
- (2) Praxisstellen können auch verwandte Einrichtungen, wie z.B. Druckereien und Unternehmen und Verbände im Bereich der Buch-, Presse-, Medien-, und Kulturwirtschaft sein.
- (3) Die Studenten schlagen dem Praktikumsbeauftragten des Studiengangs geeignete Ausbildungsbetriebe zur Anerkennung vor.
- (4) Die Anerkennung als Praxisstelle setzt voraus, dass die Einrichtung
  - in ausreichendem Umfang Aufgaben in wirtschaftlichen und organisatorischen und/oder artverwandten Tätigkeitsfeldern wahrnimmt,
  - nach ihrer Rechtsform Gewähr dafür bietet, dass die aus dem Praktikumsvertrag erwachsenen Verpflichtungen erfüllt werden,
  - die fachliche Anleitung durch Fachkräfte gewährleisten kann.
- (5) Über die Anerkennung einer Einrichtung als geeignete Praxisstelle entscheidet der Praktikumsbeauftragte.
- (6) Der Praktikumsbeauftragte kann die erteilte Anerkennung einer Einrichtung widerrufen, wenn die Einrichtung die notwendigen Voraussetzungen nicht mehr erfüllt.

#### **§ 5**

#### **Praktikumsvertrag**

- (1) Für das Praktikum ist zwischen der Praktikumseinrichtung und dem Studenten eine schriftliche Vereinbarung über das entsprechende Praktikum abzuschließen.
- (2) Mindestinhalte eines Praktikumsvertrages sind:
  - Name, Geburtsdatum und -ort des Studenten,
  - Name und Anschrift der Rechtsperson, bei der das Praktikum durchgeführt werden soll, und, soweit abweichend, die Bezeichnung der betreffenden unselbständigen Einrichtung,
  - die Benennung einer verantwortlichen Person der Praktikumseinrichtung für die Durchführung des Praktikums, die Angabe des ersten und letzten Tages des Praktikums und des zeitlichen Umfangs in Arbeitswochen (Monaten).
- (3) Der Praktikumsvertrag ist dem Praktikumsbeauftragten in Kopie zur Bestätigung vorzulegen.

## **§ 6**

### **Ziele der Praxisphase**

Die Praxisphase dient dazu, die Studenten gründlich und umfassend mit der beruflichen Tätigkeit im verbreitenden bzw. herstellenden Buchhandel, des Zwischenbuchhandels, des Zeitungs- und Zeitschriftenwesens, des Zeitungs- und Zeitschriftenhandels (Pressegrosso) oder ähnlicher Unternehmen der Kultur- und Medienwirtschaft bekannt zu machen sowie eine Orientierung im künftigen Berufsfeld zu ermöglichen. Die Studenten sollen möglichst alle Arbeiten unter Anleitung selbständig ausführen. So sollen Einsichten gewonnen werden in wirtschaftliche und organisatorische Voraussetzungen, Zusammenhänge und Folgen beruflichen Handelns. Die Studenten werden befähigt, bisher erworbenes Wissen und Können im jeweiligen Arbeitsfeld anzuwenden.

## **§ 7**

### **Lage und Dauer der Praxisphase**

- (1) Die Praxisphase ist in einer Unternehmung bzw. Einrichtung eines der unter § 4 (1) genannten Bereiche zu absolvieren.
- (2) Die Praxisphase umfasst 20 Wochen in einer Praxisstelle und die fristgerechte Erstellung eines schriftlichen Berichts in Form einer Hausarbeit (PVH) zu den Erkenntnissen der Praxisphase. Die praktische Tätigkeit in der Praxisstelle erfolgt im Umfang tarifüblicher Vollarbeitszeit.
- (3) Die Praxisphase schließt mit dem Praktikumskolloquium ab, in dem der Student die zu Beginn der Praxisphase erhaltenen Forschungsfragen sowie die im Praktikum gefundenen Ergebnisse vorstellt.

## **§ 8**

### **Zulassung zur Praxisphase**

- (1) Zur Praxisphase wird in der Regel nur zugelassen, wer alle Module des ersten und zweiten Semesters erfolgreich abgeschlossen hat.
- (2) Die Zulassung ist abzulehnen, wenn
  - die Praktikumeinrichtung nicht geeignet ist,
  - der Inhalt des Praktikumsvertrages dieser Praktikumsordnung nicht entspricht,
  - begründete Zweifel bestehen, dass das durch die praktische Tätigkeit angestrebte Ziel der Praxisphase erreicht werden kann.

## **§ 9**

### **Begleitung der Praxisphase durch die Fakultät**

- (1) Die Praxisphase wird von den Studenten und den sie betreuenden Professoren gemeinsam vorbereitet und ausgewertet.

- (2) Vor Antritt der Praxisphase findet eine Lehrveranstaltung statt, in der über den Zweck der Praxisphase und die Bearbeitung der Forschungsfragen informiert wird.
- (3) Am Ende der Praxisphase findet ein Kolloquium statt, in dem der Student die bearbeiteten Forschungsfragen und die dabei erzielten Ergebnisse präsentiert.

## **§ 10**

### **Status der Studenten; Praktikumsvereinbarung**

- (1) Das Praktikum ist Bestandteil des Studiums, der Student bleibt während der Praxisphase immatrikuliert und Mitglied der Hochschule.
- (2) Der Student in der Praxisphase ist verpflichtet, den zur Erreichung des Praktikumszieles erforderlichen Anordnungen der vom Träger bzw. Leiter der Praxisstelle beauftragten Personen nachzukommen und die für die Praxisstelle geltenden Regelungen, insbesondere die Vorschriften über die Arbeitszeit, die Unfallverhütung und die Schweigepflicht zu beachten. Die Hochschule haftet nicht für entstandene Schäden.
- (3) Der Student schließt vor Beginn der Praxisphase mit dem Träger der Praxisstelle eine schriftliche Praktikumsvereinbarung ab. Diese bedarf der Anerkennung durch den Praktikumsbeauftragten.

## **§ 11**

### **Freistellung und Fehlzeiten**

- (1) Während der Praxisphase besteht kein Rechtsanspruch auf Erholungsurlaub.
- (2) Der Student kann in der Praxisphase bei der Praxisstelle bis zu zehn Tage Freistellung beantragen, insbesondere zur Teilnahme von Hochschulveranstaltungen.
- (3) Fehlzeiten sind nachzuholen. Wird der Student durch Krankheit oder andere Gründe ohne sein Verschulden an der Tätigkeit gehindert, ist die fehlende Praxiszeit vom zehnten versäumten Arbeitstag an nachzuholen. Über Ausnahmen entscheidet der Praktikumsbeauftragte nach Absprache mit der Praxisstelle.

## **§ 12**

### **Wechsel der Praxisstelle**

- (1) Die Praxisphase kann auch in verschiedenen Praxisstellen absolviert werden, sofern dadurch das Erreichen des Praktikumszieles nicht beeinträchtigt wird und der Charakter des Praktikums gewahrt bleibt. Der Aufenthalt muss zumindest in einem Praktikumsbetrieb mindestens zehn Wochen ohne Unterbrechungen betragen.
- (2) Während der Praxisphase kann eine für den Studenten bestätigte Praxisstelle nur in begründeten Ausnahmefällen mit Genehmigung des Praktikumsbeauftragten gewechselt werden.

### **§ 13**

#### **Praxisphase im Ausland**

- (1) Die Praxisphase kann im Ausland absolviert werden, wenn die Praxisstelle die Voraussetzungen nach § 5 erfüllt und der Student die erforderlichen Sprachkenntnisse nachweist.
- (2) Praktika im Ausland werden von der Fakultät befürwortet und helfen den Studenten, kulturübergreifende Kompetenzen zu erwerben.

### **§ 14**

#### **Praktikumsbericht**

- (1) Während der Praxisphase bearbeitet der Student die ihm aufgegebenen Forschungsfragen. Dazu fertigt er eine Hausarbeit an.
- (2) Die Hausarbeit ist bis zum Semesterende dem betreuenden Professor vorzulegen, spätestens eine Woche vor Durchführung des Kolloquiums.
- (3) Die Ergebnisse sind in einem Kolloquium in Form einer Präsentation vorzustellen.

### **§ 15**

#### **Kolloquium**

- (1) Das Kolloquium soll zeigen, dass der Student in der Lage ist, selbst erzielte Forschungsergebnisse sachgerecht aufzubereiten und einem ausgewählten Empfängerkreis vorzustellen. Es dient darüber hinaus auch der Information der Angehörigen des Studiengangs über die aktuellen Bedingungen im Praxisfeld.
- (2) Im Kolloquium stellt der Student die Ausbildungsstelle und die in seiner Praxisphase erzielten Ergebnisse vor.

### **§ 16**

#### **Praktikumsbestätigung**

- (1) Am Ende der Praxisphase erteilt die Praxisstelle eine Bestätigung über erfolgreiche oder nicht erfolgreiche Absolvierung des Praktikums. Diese muss enthalten:
  - Name und Anschrift der Praxisstelle
  - Name und Vorname des Studenten
  - Beginn und Ende des Praktikums, Fehlzeiten
  - Name und Position des Ausbildungsbeauftragten
  - Datum und Unterschrift des Ausbildungsbeauftragten und Stempel der Praxisstelle
- (2) Die Bestätigung kann durch eine Beurteilung der Tätigkeit des Praktikanten zu einem qualifizierten Zeugnis ergänzt werden.

- (3) Die Bestätigung hat der Student zusammen mit der Hausarbeit beim Praktikumsbeauftragten einzureichen. Sofern aus betrieblichen Gründen des Praxisunternehmens diese Frist (§ 13, Abs. 2) nicht eingehalten werden kann, kann das Prüfungsamt eine angemessene Nachfrist einräumen.

### **§ 17**

#### **Anerkennung und Bewertung der Praxisphase**

- (1) Ein Bestehensnachweis wird vom Praktikumsbeauftragten erteilt, wenn:
- Die praktische Tätigkeit den Anforderungen nach §§ 6 und 7 entspricht
  - Der Praktikumsbericht den Anforderungen lt. § 14 entspricht
  - Das Praktikumskolloquium nach § 15 durchgeführt wurde
  - Die Praktikumsbestätigung der Praxisstelle gemäß § 16 die erfolgreiche Absolvierung bescheinigt.
- (2) Bei Fehlen der unter Abs. 1 genannten Voraussetzungen entscheidet der Prüfungsausschuss auf Empfehlung des Praktikumsbeauftragten über die Anerkennung.